ЕВРОПСКИ УНИВЕРЗИТЕТ
Р. МАКЕДОНИЈА

ГОДИШНИК НА ТРУДОВИ

ANNUAL REVIEW

ГОДИНА III БРОЈ 3
ISSN 1857-6117
UDK 378
2011

ЕВРОПСКИ УНИВЕРЗИТЕТ
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Г О Д И Ш Н И К
на трудови

EUROPEAN UNIVERSITY
REPUBLIC OF MACEDONIA
Skopje

ANNUAL
REVIEW

Skopje, 2011

ЕВРОПСКИ УНИВЕРЗИТЕТ
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
Скопје

Г О Д И Ш Н И К

на трудови

Скопје, 2011

Г О Д И Ш Н И К
на трудови

ЕВРОПСКИ УНИВЕРЗИТЕТ
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

За издавачот

Проф. д-р Бојо Андрески

Организационнен одбор:

1. Проф. д-р **Бојо Андрески**, ЕУРМ, *претседател*
2. Доц. д-р **Билјана Андреска - Богдановска**, ЕУРМ, *ген. директор*
3. Проф. д-р **Панче Јовановски**, ЕУРМ, *ректор*
4. Д-р **Јованка Матиќ,** Институт друштвених наука, Београд, Р Србија
5. Д-р **Маид Пајевиќ,** Агенција за школовање и стручно усавршавање кадрова БиХ

Програмски комитет:

1. Проф. д-р **Алекса Стаменковски**, ЕУРМ, *претседател*
2. D-r **Yakim Kitanov**, Higher School of Insurance and Finance, Sofia
3. **Бојан Андоновски**, PhD Student, Universitat Politecnica de Catalunya, Barcelona, Spain
4. М-р **Сеџад Милановиќ**, Министар – МУП СБК Травник, БиХ
5. М-р **Драган Триван**, потпреседник Привредне коморе у Београду
6. М-р **Звонимир Ивановиќ**, Криминалистичко полициска академија, Београд, Р Србија

Секретари:

1. Доц. д-р **Далиборка Блажеска,** ЕУРМ
2. Асс. м-р **Атанас Козарев,** ЕУРМ
3. Помл. асс. **Славчо Гавриловски,** ЕУРМ

Дизајн на корица:

Доц. м-р **Гордана Вренцовска**

Техничко уредување:

Љубица Карева

Почитувани,

Научно-истражувачката активност на Европскиот Универзитет – Република Македонија добива нови, заокружени форми, овој пат, во лицето на Зборникот на трудови од професорите и соработниците на ЕУРМ.

Тоа е, секако, дел од постојниот подем на Универзитетот, од постојното негово модернизирање и усовршување со цел да ја задржи и унапреди својата позиција на лидер во високото образование во земјава и пошироко.

Ова дело е наменето и за научната, и за стручната и за пошироката јавност, а искрено се надеваме дека ќе има посебна вредност и полза за нашите студенти кои во изданието ќе препознаат теми и елаборации од сферата на нивното интересирање.

Зборникот е голем чекор што го прави Европскиот Универзитет во функција на сопствениот развој и за содржинска комуникација со други научни, наставно-научни и истражувачки институции и воопшто со науката и присиуството на науката во практиката.

Во напорите за збогатување на научната и научно-истражувачката дејност, Европскиот универзитет - Република Македонија-Скопје, на 11-12 јануари 2011 година организираше меѓународна научна конференција на тема ***„Европскиот пат кон иднината“.*** Презентираните трудови се целосно содржани во овој Годишник.

Нека ни е со среќа.

Проф. д-р **Бојо Андрески**

Претстедател на ЕУРМ

С о д р ж и н а

Економија: КАДЕ ПОНАТАМУ?

Стратегиски димензиии на меѓународниот маркетинг
Проф. д-р ***Бојо АНДРЕСКИ,*** *доц. д-р* ***Билјана АНДРЕСКА БОГДАНОВСКА*** 15

Spiritus animalis како неразделен дел на homo oeconomicus
Проф. д-р ***Панче ЈОВАНОВСКИ*** 31

Маркетинг стратегии за настап на странскиот пазар со посебен осврт на маркетинг стратегиите на компаниите Кока кола и Мекдоналдс
Проф. д-р ***Алекса СТАМЕНКОВСКИ*** 45

Неформалната организација во функција на подобрување на управувачкиот процес
Проф. д-р ***Љиљана КОНЕСКА*** 59

Организациската култура, причина за неуспех во многу компании
Проф. д-р ***Лидија НАУМОВСКА*** 69

Интрапретприемништвотото како бизнис модел на успешните компании
Проф. д-р ***Ленче ПЕТРЕСКА,*** *асс. м-р* ***Сашо НЕФОВСКИ*** 83

Маркетинг стратегии како фактор за развој на претпријатијата
Проф. д-р ***Љупчо СТОЈЧЕСКИ, Ивана СТОЈЧЕВСКА*** 97

Darjavno regulirane na Ecologichnata sigurnost
D-r ***Yakim KITANOV*** 109

Диференцијацијата како средство за остварување на конкурентска предност
Доц. д-р ***Далиборка БЛАЖЕСКА*** 119

Маркетинг микс: 4П, 8П, 12П, 27П или и повеќе?
Доц. д-р ***Савица ДИМИТРИЕСКА*** 127

Стратегија за дизајнирање на модел на професионално усовршување на наставниците
Доц. д-р ***Виолета НАУМОВСКА*** 141

Економскиот развој и здравството
Доц. д-р ***Никола ПОПОВСКИ*** 159

Модели за вреднување на компании
Доц. д-р ***Александра СТАНКОВСКА*** 173

Улога и основни перформанси на внатрешната ревизија во банките
Доц. д-р ***Павлина СТОЈАНОВА*** 187

Бевериџ кривата во економската анализа на пазарот на труд
Доц. д-р ***Емилија СТЕВАНОВСКА*** 205

Правци во светската трговија: учесници и победници
Доц. д-р ***Ристе ТЕМЈАНОВСКИ*** 219

Дефинирање, настанок и значење на корпоративната култура во организацијата
М-р ***Елизабета СТАМЕВСКА*** 235

Трендови на оданочување во окружувањето
Асс. м-р ***Емилија БАШЕСКА,*** *помлад асс.* ***Ивана СТОЈЧЕСКА*** 245

Развој на човечки ресурси
Асс. м-р. ***Андријана БОЈАЏИЕВСКА*** 257

Поврзаноста помеѓу правата на сопственост и економската благосостојба
Асс. м-р ***Васко БОГДАНОВСКИ,*** *Проф. д-р* ***Панче ЈОВАНОВСКИ*** 271

Поим и значење на социјалните медиуми
Асс. м-р ***Слободан ЈАЌОСКИ*** 283

Поим, значење и улога на техничката анализа на акции
Асс. м-р. ***Наталија КАРАМАНОВА*** 295

Маркетинг планирање во глобалните претпријатија
Асс м-р ***Наташа РИСТЕВСКА*** 309

Маркетинг комуникации во спортот
Асс. м-р ***Надалина СТОЈАНОСКА*** 323

Влијанието на економската пропаганда врз создавањето позитивни асоцијации за брендот
Асс м-р ***Ана ЌОВКАРОВА*** 337

Влијание на психолошките фактори во однесувањето на потрошувачите
Помл. асс. ***Вилма ВЕЛИЧКОВА*** 345

Маркетинг и други активности против штетното влијание на пушењето врз здравјето на луѓето во Република Македонија
Асс. м-р ***Мимоза СТАМЕНКОВСКА*** 363

Принципи на инвестирање на осигурителните компании со анализа на вложувањата на осигурителните компании во Република Македонија
Помл. асс. ***Цветлана В. МАРКУЛЕВСКА*** 379

Природата на контролата во мултинационалните компании
Помл. асс. ***Аземина МАШОВИЌ*** 391

Влијанието на измамите во финансиското известување врз функционирањето на пазарите за капитал
Помл. асс. ***Анита СКРЧЕСКА*** 401

Мобинг - реалност за која малку се зборува
Помл. асс. ***Татјана МАЖЕНКОВСКА – ТРАЈАНОВА*** 417

Бизнис инкубаторите како движечка сила на претприемништвото
Елена НАУМОВСКА 433

Европа: ПОЛИТИЧКИ, ПРАВЕН И БЕЗБЕДНОСЕН ПРЕДИЗВИК

Безбедноста, приватната безбедност и детективската дејност
*Проф. д-р **Стојан КУЗЕВ*** 449

Комуницирањето со внатрешната јавност како услов за спречување на конфликтите
*Проф. д-р **Живко АНДРЕВСКИ*** 461

"**Криминолошко - криминалистички карактеристики на фалсификувањето возачка дозвола**"
*Проф. д-р **Душко СТОЈАНОВСКИ*** 475

Превентивна улога обавештајне службе на наднационалној разини
*Д-р **Маид ПАЕВИЌ*** 499

Статистичката обработка на постигнатите резултати: основа за квалитативна корекција на предметните содржини и критериумите по предметот специјално физичко
*Доц. д-р **Јадран КАЛКОВСКИ*** 519

Глобалното загадување на земјата и безбедносните прашања поврзани со екологијата, фактори во меѓународните односи
*Доц. д-р **Викторија КАФЕЏИСКА*** 531

Реформи во полицијата
*Доц. д-р. **Крсте КРАЈОВСКИ*** 543

Значењето на деловната етика во образованието за менаџмент и бизнис
*Доц. д-р **Јован ЛОЗАНОВСКИ*** 557

Егзогени фактори за појава на малолетничката деликвенција
*Доц. д-р **Ѓорги СЛАМКОВ*** 571

Ethnic Conflict Regulation
*Assistant Prof. **Stojan SLAVESKI,** Phd* 585

За односот меѓу психологијата и правото
*Доц. д-р **Слободанка ТОДОРОСКА-ҐУРЧЕВСКА*** 601

Сопственоста и државата
*Доц. д-р **Слободан ШАЈНОСКИ*** 613

Један поглед на однос медије и политике
*Д-р **Јованка МАТИЌ,** научни сарадник,* 625

Човековата безбедност во новиот концепт на безбедноста и мирот
*Асс. д-р **Оливер АНДОНОВ*** 641

Правдата, слободата и безбедноста во рамки на Европската унија
*Асс. д-р **Зоран ФИЛИПОВСКИ*** 655

Пенолошки третман особа са битно смањеном урачуности
*М-р **Сеџад МИЛАНОВИЌ*** 669

Туристичке преваре
*М-р **Звонимир ИВАНОВИЌ** , т-р **Оливер ЛАЈИЌ*** 681

Модел координације корпоративне безбедности
*М-р **Драган ТРИВАН*** 693

Системот за спречување на финансирање тероризам во Република Македонија – клучен елемент во раната превенција од тероризмот
Асс. м-р ***Атанас КОЗАРЕВ,*** *м-р* ***Ивица СИМОНОВСКИ*** 705

Од соседство до интеграција
Асс. м-р ***Кристина БОГЕВСКА – МАЛИНКА*** 721

Методолошките капацитети на лингвистичките модели во општествените науки: кон структурализмот и структуралната анализа
Асс. м-р ***Бошко КАРАЏОВ*** 731

Два суштински елемента од предмодернистички прозни дела во македонската литература
Асс. м-р ***Ивица МАКСИМОСКИ*** 751

Реализмот во меѓународните политички односи
Асс. м-р ***Мартин НИКОЛИЌ*** 767

Европската унија како културен проект
Асс. м-р ***Македонка РАДУЛОВИЌ*** 785

Буџетот на ЕУ и неговите инструменти за „надворешна“ кохезија: ISPA и IPA
Помл. асс. ***Елизабета СПИРОСКА*** 801

ЧЕКОРЕЊЕ СО ПРОГРЕСОТ ВО ИНФОРМАТИЧКАТА ТЕХНОЛОГИЈА

Рекурзијата како принцип во програмирањето кај проблемот на Ханојските кули
Проф. д-р ***Биљана ПЕРЧИНКОВА*** 815

Управување со квалитетот на информациите-основен предуслов за квалитетен менаџмент во претпријатието
Проф. д-р ***Здравко СТОЈАНОСКИ*** 825

Order Handling in Convergent Environments
Jordan VRTANOSKI*, prof.* ***Toni STOJANOVSKI****, Phd* 831

Механизми за транзиција од IPv4 во IPv6
Доц. д-р ***Сашо ГЕЛЕВ, Александар СОКОЛОВСКИ*** 841

Дигитални современици и нивното влијание врз високообразовниот систем во Република Македонија
Доц. д-р ***Јован ПЕХЧЕВСКИ, Игор АЛТАНОВСКИ*** 859

Дигитален доказ
Доц. д-р ***Ристо ХРИСТОВ,*** *М-р* ***Атанас КОЗАРЕВ*** 873

Human – robot, cooperation using a physical interface and the object to manipulate with the haptic feedback, ESAII
Bojan ANDONOVSKI, *PhD* 893

Parallel processing of Combinatorial optimization problems,
Petar ADAMOVSKI, *PhD* 917

НАЦИОНАЛНОТО ТВОРЕШТВО КАКО БЕЗВРЕМЕНА ДИЗАЈНЕРСКА ИНСПИРАЦИЈА

Примена на амбиенталност, симболика и урбанитет при проектирање на внатрешен простор
Доц. д-р ***Мирче КОКАЛЕВСКИ*** 931

Дизајнот како концепт, форма, теорија, наука, технолошки и еколошки процес
Доц. д-р ***Петар НАМИЧЕВ*** 947

Единици мерки во типографијата
Доц. м-р ***Марија ВЕТЕРОСКА*** 959

„Облеката и народните носии како симболи и знаци“
Доц. м-р ***Јана МАНЕВА – ЧУПОСКА*** 969

Дигиталниот плакат во република македонија
Доц. м-р. ***Игор СЕКОВСКИ*** 987

Цитатот и монтажата како оперативни постапки и структурни модели на градење на уметничко дело
Доц. м-р ***Иван БЛАЖЕВ*** 995

Методолошки пристап во процесот на дизајнирање на ентериери
Асс. м-р ***Викторија МАНГАРОСКА*** 1005

Редизајн на женска невестинска носија од с. Желево, Леринска Река, Егејска Македонија
Асс. м-р ***Соња ПЉАКОВА*** 1019

Robert Ousterhout – Charalambos Bakirtzis, The Byzantine Monuments of the Evros / Meric River Valley,
Јасмина С. ЋИРИЋ, ... 1031

Економија:

КАДЕ ПОНАТАМУ?

339.138 : 339.9
658.8.012.12

Проф. д-р **Бојо АНДРЕСКИ,**
Доц. д-р **Билјана АНДРЕСКА БОГДАНОВСКА**

СТРАТЕГИСКИ ДИМЕНЗИИИ НА МЕЃУНАРОДНИОТ МАРКЕТИНГ

Апстракт

Во овој труд се образложува разликата помеѓу меѓусебно сличните, а концепциски различните пристапи за глобалниот пазар. Се дефинираат глобалната, националната и кооперативната концепциска рамка на маркетинг настапот на светски пазар. Се врши споредба на димензиите и клучните мотиви за примена на поодделните концепциски пристапи од страна на современите маркетинг компании. На крај, се определува профилот на поединечните активности како и можните одлуки и стратегии за настап на компаниите на меѓународниот пазар.

Клучни зборови: *маркетинг стратегија, маркетинг пристап, меѓународен пазар, мултинационална компанија*

Вовед

Рамката на изработка на маркетинг стратегија во суштина ги опфаќа различните аспекти за настап на пазарите во процесот на меѓународен маркетинг и притоа може да се анализира нејзината ефикасност и ефективност. Начинот на функционирање на современиот светски пазар им дава предност на глобалните рамки на маркетинг стратегиите бидејќи со нив се постигнува поголем степен на ефикасност и ефективност на маркетинг стратегиите наспроти националните рамки. Тоа се должи на фактот дека глобалните рамки на процесот на меѓународниот маркетинг во исто време ги покриваат маркетинг интензивните и меѓународно екстензивните ориентации на компанијата. Сепак, во еволуциона смисла компаниите на почетокот развиваат национална маркетинг стратегија па преку интракомпаниска стратегиска димензија стигнуваат до глобална и кооперативна рамка како резултат на процесот на глобализација и потребата од зголемување на ефективноста на стратегијата на маркетинг миксот. (Jović 2006, стр. 167)

Анализа на проблематиката

Националните рамки на меѓународните маркетинг стратегии се застапени како во активностите на националните компании, така и во праксата на мултинационалните компании. Се работи за структурно специфични рамки на развивање и вклучување во процесот на меѓународен маркетинг кои се засноваат на услужување на исти или слични пазарни сегменти на два или повеќе целни пазари. Во пристапот на меѓународно работење се сретнува поделба на пазарите на: домашни и странски. Географската локација е првата варијабила која се користи за нивно разликување. Компаниите кои се ориентирани кон развој на ваков вид на меѓународна маркетинг стратегија се насочени кон задоволување на потребите на пазарните сегменти во рамките на националните граници и истите ги користат во конкурентската борба на локално ниво со домашните конкуренти или со други странски или глобални конкуренти кои применуваат слични стратегии за исти пазари. (Jović 2006, стр. 168)

Националните аспекти на маркетинг стратегијата се застапени кај компаниите кои користат извозен (унинационален) маркетинг концепт и мултинационален (мултилокален) маркетинг концепт. Разликата помеѓу овие два пристапа е во доминантната точка на која се засноваат. Во извозниот маркетинг пристап домашниот пазар е доминантно застапен и има поголемо значење во остварување на вкупниот приход на компанијата, мерењето на ефикасноста е според домашните критериуми, а извозните и увозните трансакции се најзастапен вид на меѓународно работење. Во мултинационалниот маркетинг концепт учеството на приходот од странските пазари може значајно да ја надмине продажбата на домашниот пазар, па напоредно со увозно-извозните трансакции застапени се и методите на инвестирање односно странските директни инвестиции, вложувања во меѓународните канали на дистрибуција и создавање на имот на претпријатието во странство. Разликата е во организацијата на маркетингот, дефинирањето на стратегијата за настап на поединечните пазари, вклученоста на останатите содржини освен производите во меѓународниот процес на размена како: услугите, финансиските средства, знаењето, и работната сила.

Мултинационалниот маркетинг пристап претставува повисока фаза во развојот на меѓународниот маркетинг од извозниот пристап, а националните аспекти на маркетинг стратегијата се посложени. Тоа значи дека процесот на одлучување и на дефинирање на маркетинг стратегијата се покомплексни и побаруваат од претпријатието поголем степен на маркетинг квалификации и подобро изграден систем на меѓународен маркетинг наспроти извозниот маркетинг пристап. Иако имаат иста основа која се базира на доминантен пристап на националниот пазар, по многу елементи

поблизок е на концептот на глобален маркетинг отколку на извозниот маркетинг поради различните и бројните странски пазари на кои ги спроведуваат маркетинг активностите. Процесот на меѓународен маркетинг од аспект на извозниот и мултинационалниот концепт во кои се застапени национални маркетинг стратегии се одвива во повеќе фази почнувајќи од анализата на предностите и недостатоците на претпријатието во контекст на меѓународното маркетинг окружување, преку анализата и утврдувањето на производот кој ќе биде предмет на меѓународна продажба, утврдувањето на можните национални пазари за влез на компанијата и нивно оценување и рангирање, развој на меѓународни маркетинг планови и програми, примената на плановите и нивно извршување, па сè до следење и контрола на извршувањето.

Покрај адаптацијата како клучен пристап во развивање и спроведување на маркетинг стратегијата, треба да се почитува и принципот на ефикасност кој подразбира постигнување на што поповолен однос помеѓу вложувањето и резултатите. Според тоа, со извозниот и мултинационалниот маркетинг концепт се настојува постигнување на поповолни резултати во границите на еден пазар или максимизирање на пазарниот потенцијал на поединечните национални пазари за да може на тие основи да се максимизира и вкупниот резултат на пазарните активности на ниво на претпријатието. Националните пазари со мали или ограничени потенцијали може да бидат елиминирани. Како последица на тоа, можна е концентрација на голем број на конкуренти на ограничен број на пазари. Од друга страна, опаѓањето на потенцијалот на еден или поголем број освоени странски пазари може да биде причина за бројни проблеми за претпријатијата како што е губењето на конкурентската предност или опаѓање на пазарниот удел како резултат на зголемување на конкурентскиот притисок од страна на локалните и глобалните компании. Во таа смисла, најранливи се компаниите со извозна маркетинг ориентација за разлика од оние кои развиле мултинационален маркетинг концепт. Извозниот маркетинг концепт се заснова на етноцетричен пристап, а мултинационалниот на полицентричен и кај него е поширок изборот на можни алтернативи за избегнување на критичните ситуации. Во услови на опаѓање на пазарниот потенцијал на домашниот пазар од различни причини, мултинационалниот пристап овозможува поголеми шанси за одржување на меѓународната маркетинг активност. (Griffin, Pustay 2003, стр. 212)

Клучните детерминанти за формулирање на маркетинг стратегијата со национален аспект можат да се согледаат во одговорите на три суштински прашања кои ги дефинираат маркетинг целите и тоа, кој производ, кој пазар, и кој обем на продажба, пазарен удел и профит треба да се постигне на тој пазар или со тој производ. На оваа основа се разработуваат маркетинг стратегии во врска со поединечните инструменти на маркетингот со бројни

алтернативи по поединечни пазари и се дефинира политиката на инструментите на маркетинг миксот. Таа може да отстапува од еден до друг пазар, па затоа често е предмет на адаптација.

Глобалната рамка на маркетинг стратегијата подразбира развивање на поинаков фокус и пристап на процесот на меѓународен маркетинг затоа што се заснова на утврдување на сличностите во потребите на потрошувачите во целните сегменти на светскиот пазар, а не на утврдување на разликите помеѓу сегментите дефинирани во рамките на различните национални пазари. Во суштина, глобалните маркетинг стратегии се насочени кон сегментирани пазари според различни варијабили на сегментација, при што националните граници се ирелевантни, што не е случај со маркетинг пристапот кој поаѓа од национална рамка на маркетинг стратегијата. Постои разлика помеѓу националните и глобалните маркетинг стратегии во однос на нивниот развој, примена и контрола иако целите се исти односно хармонизација на флексибилните цели, расположливите ресурси и можностите на компанијата во однос на променливите услови на целните пазари во одреден временски период. Глобалните маркетинг стратегии се покомплексни и посложени од повеќе причини (Toyne & Walters, 1989):

- Одлуките во врска со глобалните маркетинг стратегии мора да ги земаат предвид и промените во националното и глобалното окружување,
- Треба да се земат предвид разликите во големината, степенот на пазарна интензивност, нивото на развој, карактеристиките на процесот на продажба, условите на конкуренцијата во различните делови на светскиот пазар,
- Потребно е да се земе предвид и стратегиската димензија на секој поединечен пазар во контекст на сеопфатните планови на ниво на компанијата,
- Глобалната маркетинг стратегија треба да овозможи хармонизација на целокупниот продажен ефект на компанијата и да служи како потпора во остварување на вкупните стратегиски цели на компанијата и воедно да овозможи вреднување на регионалните или корпоративните ресурси и можности.

Глобалните аспекти на маркетинг стратегијата се присутни во развивање на процесот на меѓународен маркетинг кај моќните транснационални и глобални компании кои на база на овој принцип реализирале конкурентски предности недостапни за националните претпријатија или меѓународните компании кои својата стратегија за настап на светскиот пазар ја базираат на принципот на национална сегментација. Глобалните компании по правило се одлучуваат за стратегиски пристап на

избор на пазарните сегменти кои најефикасно ќе ги покриваат во согласност со поставените маркетинг цели и маркетинг мисијата која ја следат. Маркетинг мисијата всушност ги одразува: маркетинг филозофијата и стратегиските правци на пазарно делување по кои глобалните компании значајно се разликуваат. Со неа се одредуваат главните пазари за кои е заинтересирана компанијата, а примарните потреби на потрошувачите кои треба да се задоволат се утврдени со маркетинг програмите. Мисијата ги поставува и општите параметри на стратегиските маркетинг одлуки.

Од аспект на глобалната маркетинг стратегија постојат три пристапа за развивање на стратегијата на сегментација и тоа насочување кон пазарни сегменти на глобална основа (стратегија на глобални пазарни сегменти), дефинирање на исти пазарни сегменти на целно поставени национални основи (стратегија на целни национални сегменти) и стратегија на комбинирани пазарни сегменти. Стратегијата на глобални пазарни сегменти е погодна за производи кои не се подложни на културните и националните разлики на потрошувачите бидејќи имаат иста цел и корисност. Стратегијата на целни национални сегменти е преодна фаза кон глобална пазарна сегментација и се применува во специфични подрачја на делување како индустрискиот маркетинг или во праксата на глобално тестирање на нови производи при што се одредуваат водечки пазари. Стратегијата на комбинирани пазарни сегменти често се користи бидејќи ги комбинира предностите од претходните стратегии.

За глобалните компании освен стратегијата за сегментација на пазарот значајно е дефинирањето и на пристапот за задоволување на целните потрошувачи во процесот на остварување на целите на компанијата. Станува збор за две стратегиски одлуки кои им стојат на располагање, стратегија на конкурентско позиционирање на пазарот и дефинирање на маркетинг микс стратегијата односно фокусирање на поединечните елементи на маркетинг миксот. Конкурентското позиционирање во суштина е односот кон конкурентската структура на поединечните пазари така што според Kotler (1991) компанијата на одреден пазар може да оствари една од четирите позиции: пазарен лидер, предизвикувач, следбеник и носител на пазарен сегмент. Одлуката пак за стратегијата на маркетинг мискот зависи од стратегијата за сегментација и стратегијата за производот (национален или глобален производ) па според тоа, таа може да биде: чисто глобална маркетинг стратегија, стратегија на глобално позиционирање на производот, чиста национална маркетинг стратегија и комбинирана маркетинг стратегија. Концептот на чиста глобална маркетинг стратегија значи пласман на стандардизирани производи на глобално сегментираниот пазар со што се постигнува најголем степен на еднообразност на маркетинг програмите. Опцијата врзана за чисто национална маркетинг стратегија се користи од страна на домашните компании на локално ниво и од глобалните компании

на нивниот матичен пазар. Компаниите кои се вклучуваат на глобалниот пазар преку развивање на глобален маркетинг пристап се стремат кон стратегија на глобално позиционирање на производот која подразбира модификација на чистата глобална маркетинг стратегија на маркетинг миксот поради значајните разлики на пазарите. Комбинираната маркетинг микс стратегија се заснова или на конкретен производ или на еден од елементите на маркетинг миксот кој овозможува маркетинг успех на компанијата и се користи како основа за маркетинг програмите насочени на глобалните пазарни сегменти. (Jović 2006, стр. 174)

Праксата на поврзување на претпријатијата во развивање на меѓународната маркетинг стратегија секогаш била присутна на светскиот пазар. Меѓутоа, она што го одвојува овој кооперативен пристап во планирањето и спроведување на маркетинг стратегијата од денешна гледна точка не е само интензивирањето, ширењето или богатството на модалитети, туку пред сé неговата атрактивност во споредба со традиционалните пристапи за реализирање на меѓународната конкурентска предност.

На одреден начин кооперативната рамка на маркетинг стратегијата сé повеќе станува клучно стратешко решение за многу претпријатија од аспект на меѓународниот стратегиски менаџмент посебно во услови на сé поизразен процес на сегментирање на пазарите, потрошувачите, понудата, побарувачката и конкуренцијата, како значајни институции и фактори во процесот на меѓународниот маркетинг. Евидентната тенденција на обединување на производството и маркетингот во тие услови ја прави оваа интеграција многу значајна и чувствителна од аспект на вкупниот стратегиски пристап на вклучувањето на пазарот. Конкурентската борба за пазарните позиции сé повеќе се насочува кон отворен процес на иновирање во сите аспекти на работењето, кои побаруваат не само големи вложувања, туку ги преминува и севкупните можности на одредено претпријатие. Стратегиската интеракција станува неопходност не само за лидерските компании, туку апсолутно за сите претпријатија кои размислуваат за долгорочен опстанок во бизнисот на кој се доминантно ориентирани, па дури и во рамките на локалниот пазар.

Кооперативните рамки на маркетинг стратегијата се присутни во деловната пракса на светскиот пазар на различни нивоа на вклученост, односно ориентираност на претпријатието кон меѓународниот маркетинг така што сè повеќе може да се зборува за неопходноста на овој пристап во развивањето, како на извозниот, така и на мултинационалниот и глобалниот маркетинг концепт на претпријатието. Сигурно е дека доменот на маркетинг стратегијата која се развива на кооперативната основа во извозниот маркетинг е многу помал во споредба со мултинационалниот маркетинг пристап, меѓутоа прифаќањето на оваа алтернатива, т.н. меѓу - компаниско

поврзување, е порационално решение отколку развивање на процесот на меѓународен маркетинг во рамките на самиот систем на претпријатието. Тоа се однесува и на концептот на глобален маркетинг, односно на глобалните рамки на маркетинг стратегијата, каде развивањето на кооперативните модалитети низ меѓу - компаниски форми овозможува рационална адаптација на стандардните елементи на маркетинг миксот, што претставува популарна и реална алтернатива од аспект на вкупните стратегиски позиции и маркетинг ефектите. Станува збор за постигнување на максимално можна стандардизација во спроведување на стратегијата на маркетинг миксот на глобалните пазарни сегменти, бидејќи маркетинг стратегиите се спроведуваат со партнерот или партнерите во рамките на договорно воспоставените врски. Тоа е причина што многу компании со геоцентрична ориентација ја напуштаат праксата за основање на сопствени ограноци во целосна сопственост на сметка на воспоставените кооперативни односи, на чија основа се спроведуваат поголем или помал дел од маркетинг активностите во врска со своите производи или услуги (на тој начин остваруваат свое учество и настап на пазарот).

Под поимот меѓународен кооперативен маркетинг може да се опфатат разновидни облици на меѓусебно уредени и организирани деловни активности на претпријатијата со цел реализирање на маркетинг стратегиските предности на нивните таргетни пазари во меѓународното деловно окружување. (Jović 2006, стр. 176)

Во изградбата на стратегијата за настап надвор од сопствениот национален економски простор, претпријатието вградува нов пристап кој се базира на воспоставување на врски и односи со други претпријатија. Така концептот и пристапот на меѓународно работење го изгуби моментот на исклучување на конкуренцијата на база на територијалните предности, иако конкуренцијата во исто време на светскиот пазар стана многу поостра и пошироко. Евидентно е дека поранешниот развоен пристап "на сметка на соседот" ("beggar your neighbor") постепено се заменува со филозофијата "give and take" при што "давање" секогаш му претходи на "земањето" врз основа на поврзување на компетентноста на долг рок со што е можно повисока степен. Ваков однос, заснован во суштина на обострана корист, претставува денес најдобра основа за темелно и содржајно работење. Впечатокот е дека токму во овој период, историското искуство покажало дека традиционалниот, комерцијален однос не обезбедува долгорочни и задоволителни резултати за партнерите ако тој се постави како однос во кој една страна добива сé, а другата ништо или релативно малку. Токму поради тоа и афирмацијата на кооперативните форми ја достигна својата вистинска афирмација во последните 10 – 15 години.

Погодноста за вакви движења настанала во претходните период и со силна афирмација на процесот на интернационализација и глобализација, иако нивната врска може да се согледа и во обратен однос, во смисла на тоа дека интернационализацијата на процесот на производството и размената силно придонела за развој и промени во деловниот концептот и пристап на меѓународните операции. Во услови на интернационализираните текови на клучните фактори на производство, контакти, соработка и врски помеѓу претпријатијата, се покажува дека тие работејќи заедно тежнеат кон постигнување на обостраните цели, а пред сé на стратегиските.

Облиците на директниот извоз и увоз на план на трговска размена, на пример, интензивирање на праксата на трансферирање на производната функција надвор од националниот економски простор (делумно или во целина), резултирале со афирмирање на праксата на постојното и директното присуство на меѓународните пазари. Со тоа границите на меѓународните текови на стоките, започнале значително да се менуваат, поради тоа што претпријатието сега не завршува само во рамките на националните рамки на матичната земја. На овој начин сé повеќе доаѓа до директен контакт на претпријатијата (трговски, услужни и производни) со набавните и продажните пазари. Поранешните дилеми изразени низ прашањето "колку можеме да произведеме" или "колку можеме да продадеме", сега се трансформираат и заменуваат со нови, во смисла "како и која алтернатива да се избере", дали да се произведува "дома" или производството да се лоцира надвор од националните граници, дали да се произведе цел производ или само еден негов дел и сл. Иако процесот на интернационализација и глобализација е сé уште отворен, факт е дека тие движења се силно присутни на широк план и притоа имаат значајно влијание на развивањето на вкупните меѓународни работни односи. Овие процеси водат кон интеграција, додека интеграцијата ја бара основата во кооперацијата, па поради тоа тежнее кон отворање на силен процес на реципроцитет. Тоа во рамките на светскиот пазар претставува напуштање на концептот на изолација и јакнење на конкурентноста преку соработка и поврзување. Со тоа се зајакнува процесот на понатамошната интернационализација и глобализација, не само на размената или на процесот на производство, туку и на вкупните работни активности на претпријатието. Актуелните промени на општите услови во работното окружување во последните години придонеле, во значаен степен, за афирмација на ваквите текови во меѓународната маркетинг пракса. Напредокот и развојот на информационите и комуникациските системи во светот спаѓаат меѓу клучните фактори на експанзија на глобалните деловни трансакции. Современиот систем на транспорт им овозможува на претпријатијата полесен пристап и поголема достапност и до најдалечните пазари. Вакви моменти значајно влијаат на степенот и брзината на ширењето на технологијата и овозможуваат јакнење на социо – економските, технолошките и културните делувања во разни средини. Силни технолошки

промени условиле појава на нови комплексни производи со пократок животен циклус на пазарот, што од своја страна создало проблеми и нови тешкотии на планот на остварување и одржување на конкурентските позиции на голем број произведувачи. Покрај тоа, многу нови технологии се прилично конвергентни, а потрошувачите многу често бараат потполно интегрирана и компатибилна линија на производи, што е многу тешко да се постигне во рамките не едно претпријатие. Многу компликувани меѓународни политички релации, паралелно со можните изненадувања од страна на конкуренцијата, создаваат клима на постојани промени на условите на тргување и појава на деловни бариери. Поради тоа сите овие фактори денес во голема мера придонесуваат до привлекување и зголемување на деловни односи на долгорочна основа, во смисла дека праксата на меѓународниот кооперативен маркетинг сé повеќе се набљудува како средство за преминување на важни препреки со кои се соочуваат поединечните претпријатија во своето работење. Експанзијата на кооперативните аранжмани во меѓународните работни односи, синтетички ги одржува значајните промени кои се случуваат на полето на меѓународното работење. Тоа е и воедно рефлексија на значајно движење на светскиот пазар од една, меѓутоа и промена на самата природа на размената и конкуренцијата, од друга страна. Со тоа, работната пракса која произлегува од кооперативниот концепт сé повеќе носи елементи на стратегиските опции за поединечно претпријатие, без оглед дали тоа иницира или ги прифаќа ваквите активности.

Јасно е дека во рамките на меѓународниот кооперативен маркетинг се претпоставува непосредно ангажирање на меѓународното претпријатие во соработка со меѓународно ориентираните партнери на планот на производство и пласман на конкретниот производен микс на целните пазари со што се опфаќаат основите на репродукционата функција: производна, финансиска, развојна, продажна, маркетинг функција, и др. Овој начин на вклучување на меѓународниот пазар претставува чекор подалеку од традиционалниот предизвик или дури и од извозниот маркетинг, бидејќи се одразува низ разни облици на деловна соработка со меѓународните партнери која е временски, концепциски и правно поинаку дефинирана. Тој како таков не се реализира само низ трансфер на сопственоста на стоките ниту пак тоа претставува негова клучна рамка. На таа основа се разликува и од директното инвестирање во странство, кое подразбира ангажирање на сопствениот капитал или на останатите ресурси без било какво ангажирање на партнерот од земјата каде се извршува активноста.

Меѓународниот кооперативен маркетинг се заснова на стратегиска пазарна ориентација на две или повеќе претпријатија преку кооперативни односи во рамките на една или повеќе работни функции. Во таа смисла, во праксата се можни разни видови на соработки кои до одредена мерка можат

грубо да се раздвојат по основа на сложеноста. Во принцип, поедноставна е ваква меѓународна деловна или маркетинг соработка на повеќе партнери и помалку функции или повеќе функции и помалку партнери. Кога се во прашање вакви односи во рамките на пристапот на меѓународниот кооперативен маркетинг, соработката на деловните субјекти може да биде развиена во три правци и тоа како хоризонтална, вертикална и комплементарна.

Хоризонталната меѓународна маркетинг соработка ја означува соработката на две или повеќе претпријатија од ист или сличен профил во една или повеќе функции. Тоа може да биде случај, на пример, само во набавката или во набавката и пласманот, поврзувања во развојот и истражувањето, развој и комерцијализација и др. Тоа е случај на соработка на произведувачот во автомобилската индустрија или повеќе производувачи на електронска и телекомуникациска технологија. Хоризонталното поврзување во суштина значи воспоставување на меѓународни кооперативни врски во рамките на еден специфичен пазарен сегмент, што воедно е и најчест облик на современо поврзување. Под вертикална соработка се подразбира кооперативни аранжмани на повеќе претпријатија кои соработуваат во функции кои се во репродукционен редослед. Станува збор за т.н. вертикален маркетинг каде постојат низа на можни комбинации во праксата, посебно кога се работи за меѓународни пазари. Комплементарна соработка, овозможува дополнување на одредени функции на независните претпријатија, што претставува тренд со силна експанзија. (Hill 2005, стр. 589)

Искуството покажува дека во меѓународниот маркетинг, партнерите при кооперативно поврзување се поврзуваат, по правило, прво на понизок степен и форма на соработка, со тоа што на тој (понизок) степен би се запознале, и дури потоа би пристапиле кон поинтензивни форми на соработка, односно кон поинтензивна кооперација преку посложени или поразвиени облиците на кооперативни аранжмани. Таква внимателност во меѓународниот маркетинг е потполно разбирлива, бидејќи секоја кооперација истовремено може да значи и до одредена степен откажување од слободата во донесувањето на одлуките (посебно ако во тој контекст се земе во разгледување и развојната димензија на работењето).

Поаѓајќи од комплексноста и структурата на меѓународните трансфера на основа на кооперативниот концепт, јасно е дека постои цел низ на варијанти кои го определуваат и дефинираат секој кооперативен аранжман. Меѓутоа, причината за брзата експанзија на ваквите форми на маркетинг праксата во последните години се наоѓаат, во прв ред, во стратегиските предности кои ги нуди овој концепт, како и во економската неопходност, која се одразува преку многу феномени кои ескалирале на

глобален план во овој период и во целосност ги отвориле новите процеси и појави.

Формите и облиците на појавување на овој концепт на работење се разликуваат по многу клучни карактеристики од формите и одлуките во праксата во рамките на останатите концепциски решенија. Како посебни карактеристики или специфичности на кооперативните форми на маркетинг праксата се јавуваат: можност за поделба на одговорноста во водењето на работењето; задржување на сопствениот идентитет надвор од заедничката работа со партнерот; континуитет во трансферот на потребните ресурси (средства, искуство, кадар), односно двонасочност во тековите на кооперативни структурни трансфери; и постоење на интегритет на заеднички потфати во смисла да активностите во рамките на заедничкото работење не можат одвоено да се третираат.

Важна одлика на поврзувањето на претпријатијата на принципите на меѓународниот кооперативен маркетинг е институционализација на заедничкиот интерес и неговата временска димензија во смисла на постоење на дефиниран период во кој треба да се реализираат предвидените цели во таквото поврзување на партнерите на меѓународно ниво. Затоа во најопшта смисла може да се каже дека овој пристап во суштина се заснова на специфично, договорно дефинирано економско поврзување на две или повеќе меѓународно ориентирани претпријатија, со можности во повеќе различни земји во текот на подолг временски период. Интересно поврзување е воспоставено со цел реализирање на комплементарните активности во рамките на заедничката стратегија, на база на меѓусебните трансфери на разни маркетинг содржини, развивање на нови технологии, размена на информации и користење на такви технологии, како и на планот на производството и маркетингот. Со тоа се овозможува што е можно порамноправен третман на партнерите во обврските кои потекнуваат од вака поставените кооперативни активности. Различните организациони форми на ваквите односи во суштина имаат заеднички карактеристики, иако помеѓу себе дури и доста се разликуваат, пред сé во погледот на сложеноста, длабочината и опфатноста на меѓународните маркетинг текови. Содржината на тековите на база на вака поставениот заеднички или обединет пристап на маркетинг стратегијата, произведува по многу нешта специфични трансфери помеѓу претпријатијата, кои ги дефинираме како кооперативно структурни трансфери.

Практично станува збор на форми на деловно ангажирање на меѓународниот пазар кои не се однесуваат на деловната пракса на преземање или основање на единици на одредени пазари по пат на инвестирање во мнозинска или целосна сопственост на нив, ниту на праксата на користење на банкарските заеми или на останатите чисти финансиски операции (иако

тие можат да се користат за финансирање на ваквите форми на работење во односите помеѓу два партнера). Овие деловни активности се стимулираат со договори, така да за меѓународниот кооперативен маркетинг често се користи поимот договорен маркетинг, иако во праксата е распространета широка лепеза на дефиниции и поими кои се однесуваат на вакви или слични деловни активности. (Hill 2005, стр. 603)

Она што битно го одредува меѓународниот кооперативен маркетинг во современите услови е неговата стратегиска димензија. Во таа смисла различните форми на деловни пракси на база на кооперативниот концепт ја претставуваат стратегиската маркетинг алтернатива за: вклучување или влез на меѓународниот пазар; одржување на пазарното учество во конкретен сегмент на производи или услуги; оптимизирање на трошоците на работењето (производни, непроизводни, маркетинг и развојни активности), максимизирање на конкурентноста на претпријатијата и програмите на производи или услуги, и минимизирање на ризикот на непредвидливиот пад при поделба на неизвесноста со партнерот или партнерите на конкретен пазар, односно конкретна програма за производи или услуги.

Специфичноста на меѓународниот кооперативен маркетинг во однос на традиционалниот концепт на работење на светскиот пазар е развивање на деловни односи на претпријатието со цел подигнување на степенот на конкурентноста на конкретните програми и производи не преку средствата на класична конкурентска борба, туку низ соработка и развивање на посебни предности на база на кооперативниот концепт. Во глобала тоа може да бидат потреби за поврзување поради влез на нов пазар или потреби за поврзување со цел обезбедување на соодветните производи или услуги на долгорочна основа, меѓутоа може да стане збор и за потреби за изградување на стратегиски позиции во конкретен сегмент на пазарот кога се остваруваат разни форми на делување помеѓу исти или слични претпријатија во рамките на кооперативниот концепт и пристап. (Kotler 2009, стр. 211)

Елементи кои профилираат облици на меѓународен кооперативен маркетинг се состојат од неколку комплементарни или сукцесивни содржини и тоа: производна, маркетинг и инвестициона содржина. Секој облик на изразување на меѓународниот кооперативен маркетинг опфаќа во себе некои од елементите од одредените содржини, така што во нивниот меѓусебен однос можат да се издвојат различни форми на меѓународен кооперативен маркетинг. На некој начин, станува збор за комплементарност на одделните форми. Нивното меѓусебно разликување е можно, пред сé, во зависност, од тоа,дали се повеќе насочени кон производната или маркетинг сферата.

На тие основи денеска се афирмирани низа специфични облици на соработка, кои се изразуваат низ разни деловни односи на претпријатијата,

кои своите маркетинг стратегии ги развиваат било во национални или глобални рамки а кои ги класифицираме во модалитети на меѓународниот кооперативен маркетинг. Меѓусебно се разликуваат по опфатноста, односно сложеноста, степенот на ангажирање на поединечните партнери, застапеноста во деловната пракса во поединечни земји или пазари, степенот на афирмација во поединечни гранки и др., меѓутоа факт е дека доколку процесот на меѓународниот маркетинг во рамките на претпријатие е повеќе меѓународно ориентиран, дотолку тие облици во поголем дел се поклопуваат.

Поаѓајќи од основата на концептот на меѓународниот кооперативен маркетинг, неговите специфичности, карактеристики на тековите и содржините и слично, поделбата на деловните облици би можеле да се сведе на основни облици на меѓународен кооперативен маркетинг и специфични облици на меѓународен кооперативен маркетинг.

Карактеристиките на основните облици на меѓународен кооперативен маркетинг се трансферибилноста на одредените елементи на поединечните производни и/или маркетинг содржини, за разлика од изведените (специфичните) облици, кај кои е присутен интеракциски однос помеѓу поединечните елементи на овие содржини со изразени карактеристики на инвестиционото вложување на ангажираните партнери. Поради тоа основните облици на меѓународниот кооперативен маркетинг можат да се наречат и како трансферни облици, додека изведените форми би можеле да се дефинираат како интеракциски облици. (Keegan, Green 2000, стр. 324)

Трансферните облици на меѓународен кооперативен маркетинг се базираат во прв ред на размена и трансфер на технологија и знаење (организационен, технолошки, маркетинг и воопшто на специфичниот know - how). Ваквите облици се првенствено ориентирани на решавање на технолошките проблеми и проблемите на производните содржини, меѓутоа дефакто ниту проблемите на продажба и на пласманот не се изоставени. Кај интеракциските облици на меѓународен кооперативен маркетинг, меѓусебните трансфери и размената на содржините се повеќе ориентирани на покомплексни поврзувања на претпријатијата. Застапеноста на одредени елементи на производни, маркетинг или инвестициони содржини варираат во зависност од обликот. Тие имаат одредено значење и се комплементарни не само со деловната активност на двата партнера, туку и на вкупното работење кое се одвива на нивото на поврзаните фирми.

Од праксата на меѓународниот кооперативен маркетинг јасно се нагласува дека можноста за стратегиски раст може да се постигне низ вакви форми на делување во зависност од карактеристиките на производите и

пазарите, состојбата и профилот на маркетинг окружувањето и организационо – деловните фактори. При тоа изборот на меѓународното кооперативно маркетинг ангажирање зависи и од можноста за постигнување на раст преку интензивен, интегративен или диверзифициран пристап каде партнерите многу јасно треба да ги одредат сопствените интереси и позиции.

Заклучок

Националните аспекти на маркетинг стратегијата се застапени кај компаниите кои користат извозен маркетинг концепт и мултинационален маркетинг концепт. Разликата помеѓу овие два пристапи е во доминантната точка на која се засноваат. Во услови на опаѓање на пазарниот потенцијал на домашниот пазар, мултинационалниот пристап овозможува поголеми шанси за одржување на меѓународната маркетинг активност.

Глобалната рамка на маркетинг стратегијата подразбира развивање на поинаков фокус и пристап на процесот на меѓународен маркетинг затоа што се заснова на утврдување на сличностите во потребите на потрошувачите во целните сегменти на светскиот пазар, а не на утврдување на разликите помеѓу сегментите дефинирани во рамките на различните национални пазари.

Под меѓународен кооперативен маркетинг може да се опфатат разновидни облици на меѓусебно уредени и организирани деловни активности на претпријатијата со цел остварување на маркетинг стратегиските предности на нивните таргетни пазари во меѓународното деловно окружување. Специфичноста на меѓународниот кооперативен маркетинг во однос на традиционалниот концепт на работење на светскиот пазар е развивање на деловни односи на претпријатието со цел подигнување на степенот на конкурентноста на конкретните програми и производи не преку средствата на класична конкурентска борба, туку низ соработка и развивање на посебни предности на база на кооперативниот концепт.

STRATEGIC DIMENSIONS OF INTERNATIONAL MARKETING

Summary

The aim of this paper is to understand the difference between similar and conceptually different approaches for the global market. The present paper defines global, national and cooperative conceptual frameworks of marketing entry in the world market. The dimensions and key motivations and incentives for individual conceptual approaches for contemporary marketing companies are compared.

Finally, the authors determine the profile of individual activities and possible strategies for effective performance in the international market.

Key words: *marketing strategy, marketing approach, international market, multinational company*

Литература

1. Barlett Christopher, Choshal Samantha, Beamish Paul, Transnational management, Text, Cases, and Reading in Cross-border Management, 5th ed, McGraw-Hill, 2008.
2. Griffin W. Ricky, Pustay W. Michael, International Business: Managerial Perspective, 3rd ed, Prentice Hall, 2003.
3. Jovic Mile, Medunarodni marketing, 2 izdanie, Intermanet, Beograd, 2006.
4. Hill WL Charle, International Business, Irwin Professional Pub, 2005.
5. Keegan J. Warren, Green C. Mark, Global marketing, 2nd ed, Prentice Hall, 2000.
6. Kotler Philip, Keller Kevin Lane, Marketing management, 13th ed, Pearson Prentice Hall, 2009.
7. Wheelen L. Thomas, Hunger J. David, Strategic management and business policy, 11th ed, Pearson Prentice Hall, 2008.

330.8

Проф. д-р **Панче ЈОВАНОВСКИ**[1]

SPIRITUS ANIMALIS КАКО НЕРАЗДЕЛЕН ДЕЛ НА HOMO OECONOMICUS

Апстракт

Луѓето како homo oeconomicus не секогаш се водат според рационалните мотиви. Понекогаш доминираат некои други мотиви, сосем различни од економските интереси.

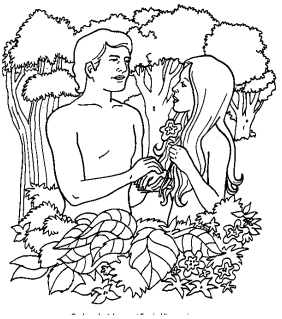
Во модерната економија животинските инстинкти имаат здобиено малку поинакво значење; тоа е сега економски термин, се однесува на неуморниот и неконзистентен елемент во економијата. Тој се однесува на нашиот чуден однос на двосмисленост или несигурност. Понекогаш сме парализирани од него. Сепак, во други времиња, нè освежува и полни со енергија, надминувајќи ги нашите стравови и двоумења.

Социјалната структура се менува. Нашето ниво на доверба еден во друг варира. И нашата подготвеност да се преземат напори и да се ангажираат во саможртвување во никој случај не е константно.

На ниво на макроекономија, во целост, довербата доаѓа и заминува. Понекогаш тоа е оправдано. Понекогаш не е така. Тоа не е само едно рационално предвидување. Тоа е прво и многу важно од нашите животински инстинкти.

Клучни зборови: *пазарна економија; homo oeconomicus; невидлива рака; животински инстикти; мултипликатор на доверба*

Економијата е постара од човештвото!



Кога Адам и Ева биле избркани од рајот, кога во потта на лицето свое започнале да го јадат лебот свој, човештвото се соочило со економската проблематика. И тогаш, но и денес нивните потомци се соочуваат со потребата со што е можно помалку пот да се добие доволно леб, да се живее подобро... Бидејќи количеството на енергија (пот) е ограничена, мора да се економизира.

[1] Факултет за економски науки, ЕУРМ

Првото прашање со кое Адам и Ева се соочиле било ШТО да се произведува? И нивниот потомок, денешниот homo oeconomicus го поставува истото прашање. И тогаш, и денес, одговорот го даваат потребите препознаени и признаени од пазарот.

Која стока ќе се произведува?

Стока е производ на човечкиот труд наменета за друг чија цена се утврдува преку пазарниот механизам. Стоките може да имаат материјална форма − производи или да бидат дадени како услуги.

Второто прашање што се наметнува е КОЛКУ да се произведува? Освен во потребите, денешниот Адам јуниор одговорот го наоѓа во проценката на количеството на пазарната побарувачка.

Третото прашање со кое се соочиле е КОГА да се произведува? Природата, годишните времиња наметнувале динамика кога процесот на производството да се заврши. Мора да се внимава тоа да не биде пред време и да не се има непотребни трошоци (чување, складирање и др.), или да не се задоцни...

Одговорот на четвртото прашање КАКО да се произведува и денес се бара во комбинацијата на вложувања на производствените фактори во насока истата да се реализира на најевтин начин.

Петтото прашање со кое Адам и Ева се соочиле е на КОГО ќе му припаднат плодовите, односно како ќе се распредели резултатот, од производството.

Одговарајќи на овие пет базични прашања Адам и Ева, и нивните потомци, го разрешуваат основниот економски проблем:

Економизирање со расположливите оскудни ресурси заради задоволување на потребите на луѓето. И сè додека човечките потреби се поголеми од можностите за нивно задоволување, сé дотогаш ќе постои економијата!

Мора да се нагласи дека човековите потреби и можностите за нивно задоволување НЕ се еднаш засекогаш дадени. Сè тече, сè се менува! Оттаму, непрекинатиот процес на промени претставува spiritus movens на севкупниот општествен процес, негова причина и последица.

Процесот на стопанскиот развој треба да се восприеми како трка меѓу човековите потреби и можностите за нивно задоволување во која потребите никако не ги стигнуваат потребите!

Економијата е составен дел од нашиот живот.

Апсолутно сè што работиме е сегмент од економијата. Едноставно луѓето мора да заработат за да живеат.

Сè додека човечките потреби се поголеми од можностите за нивно задоволување, сè дотогаш ќе постои економијата. Мора да се нагласи дека човековите потреби и можностите за нивно задоволување НЕ се еднаш засекогаш

дадени. Процесот на стопанскиот развој треба да се восприеми како трка меѓу човековите потреби и можностите за нивно задоволување во која потребите никако не ги стигнуваат потребите!

Ресурсите се ретки, ограничени!

Како што домаќинството не може да му даде на секој член сè што таа или тој посакува, така и општеството не може на секој поединец да му пружи највисок животен стандард, кон кој тој или таа се стреми.

Доброто познавање на економската наука бара напор, но тоа е мошне интересна и поучна задача.

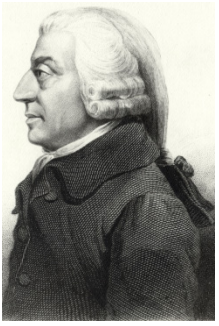
Економијата е наука за тоа како општеството управува со своите ретки ресурси. Во повеќето општества, ресурсите не се алоцираат од страна на еден централен планер, туку низ здружените акции на милиони домаќинства и претпријатија. Не постои никаква мистерија за тоа што е "економија". Без оглед дали зборуваме за економијата на општина Кратово, на малите држави или на големите народи, на Мозамбик или на САД, или на целиот свет, економијата претставува само група на луѓе кои заемно дејствуваат низ вкрстените животни патишта.



Првата лекција за донесувањето одлуки е сумирана во изреката на современиот економски гуру на Чикашката школа, на човекот кој го промени текот на светската економија во втората половина на XX век, професорот Милтон Фридман:

Не постои бесплатен ручек!

Класичниот пристап и Кејнзијанскиот пристап се двете главни интелектуални традиции во макроекономијата.



Корените на класичниот пристап потекнуваат од пред повеќе од две столетија, најпрво од познатиот шкотски економист Адам Смит (Adam Smith), кој во 1776 година го објави делото *Богатство на народите (The Wealth of Nations),* во кое тој го предложи концептот на „невидливата рака". Идејата на невидливата рака е тоа што, доколку постојат слободни пазари и поединци кои ги спроведуваат нивните економски активности во најдобар сопствен интерес, економијата во целина добро ќе функционира.

Според Смит, поединците во пазарната економија, додека ги спроведуваат своите сопствени интереси, се чини дека се водени од невидлива рака за да го максимизираат општото богатство на сите во економијата.

Сепак, не смееме да го пренагласиме тоа што Смит го тврди: Да се каже дека невидливата рака е присутна, не значи дека никој во пазарната еконо-

мија нема да остане гладен или незадоволен; *слободните пазари не можат да ја заштитат нацијата од ефектите на суша, војна или политичка нестабилност*. Ниту пак дека невидливата рака може да владее со постоењето на големите разлики помеѓу богатите и сиромашните, бидејќи во анализите на Смит, тој ја зел како дадена почетната дистрибуција на богатството помеѓу народот. Многу повеќе, идејата за невидливата рака вели дека со дадените ресурси на земјата (природни, човечки и технолошки) и нивната почетна дистрибуција на богатството, употребата на слободните пазари ќе ги направи луѓето што е можно економски појаки.[2]

Валидноста на идејата за невидлива рака зависи од клучната претпоставка: различните пазари во економијата, вклучувајќи финансиски пазари, пазари на работна сила и пазари на стоки и услуги, мора да функционираат беспрекорно и без ограничувања, како што се ограничувањата на минималните наемнини и каматните стапки. Особено, наемнините и цените мора да се приспособат доволно брзо за да ја одржат рамнотежата – ситуација во која количините кои се побаруваат и нудат се еднакви на сите пазари. На пазарите на кои количините што се побаруваат ги надминуваат количините што се понудуваат, цените мора да растат за да го доведат пазарот во рамнотежа. На пазарите на кои постои повеќе расположива стока отколку што луѓето сакаат да купат, цените мора да опаднат за да го доведат пазарот во рамнотежа.

Флексибилноста на наемнините и цените е круцијална за идејата на невидливата рака, бидејќи во системот на слободен пазар, промените во наемнините и цените се сигнали кои ги координираат акциите на луѓето во економијата. За илустрација, да претпоставиме дека војната во странство го нарушува увозот на нафта. Овој пад на понудата ќе ја зголеми цената на нафтата. Повисоката цена на нафтата ќе биде профитабилна за домашните понудувачи на нафта да црпат повеќе нафта и да копаат повеќе извори. Повисоката цена на нафтата исто така ќе ги принуди домашните потрошувачи да ја штедат нафтата и да преминат кон алтернативни извори на енергија. Зголемената побарувачка за алтернативни извори на енергија, ќе ја зголеми нивната цена, ќе го стимулира нивното производство, итн. Така, во отсуство на ограничувања, како што се државни контроли на цената, приспособувањето на цените помага економијата на слободни пазари да одговори на конструктивен и координиран начин на почетното нарушување на понудата.

Користењето на класичниот пристап носи со себе одредени силни импликации на политиката. Бидејќи класичните претпоставки подразбираат дека

[2] Често макроекономистите не се согласуваат еден со друг. Понекогаш се обвинети дека не се способни да се согласат самите со себе. Претседателот на САД Хари Труман ја има изразено фрустрацијата на многу креатори на политиката, кога рекол дека сака едностран економист, кој нема секогаш да вели, „од една страна, ...; од друга страна ...“

невидливата рака добро функционира, класичните економисти често тврдат (како нормативен предлог) дека *државата би требало да има, најмногу, лимитирана улога во економијата.* Како позитивен предлог, класичните економисти исто така често тврдат дека државните политики ќе бидат неефективни или контрапродуктивни во реализирањето на нивните поставени цели. Така, на пример, најмногу од класичарите веруваат дека државата не треба да се обидува активно да го елиминира деловниот циклус.[3]

Кејнзијанскиот пристап на макроекономијата претпоставува дека наемнините и цените не се приспособуваат брзо, така што невидливата рака не функционира добро. Кејнзијанците тврдат дека, поради бавното приспособување на наемнините и цените, стапката на невработеност може да се задржи висока за подолг период. Кејнзијанците вообичаено, во однос на класичарите, се повеќе наклонети кон верувањето дека државната интервенција во економијата може да помогне во подобрување на економските перформанси.

Законот на понудата и побарувачката како spiritus movens на пазарната економија.

Традиционалната економија учи на придобивките од слободните пазари. Ова верување се задржало не само во бастионите на капитализмот, како што се САД и Велика Британија, туку и во целиот свет, дури и во земји со повеќе воспоставена социјалистичка традиција, како што се Кина, Индија и Русија. Според традиционалната економија, капитализмот базиран на слободниот пазар во суштина ќе биде добар и стабилен. Постои малку, доколку има, потреба за вмешување од страна на владата.

Напротив, единствениот ризик од голема депресија денес, или во иднина, доаѓа од интервенцијата на владата.

Оваа линија на размислување се навраќа на Адам Смит. Основата за идејата дека економијата е суштински стабилна лежи во еден експеримент на мислата кој прашува: Што подразбираат слободните, перфектни пазари? Одговор: Ако луѓето рационално ги следат своите економски интереси на такви пазари, тие ќе ги исцрпат сите заемно корисни можности за производство на стоки и размена на еден со друг. Таквите исцрпувања на можности за заемен трговски бенефит резултира во целосна вработеност. Работниците кои се разумни во нивните барања за плата – оние кои ќе прифатат плата што е помала од она што тие го даваат во производството ќе бидат вработени. Зошто? Ако таков работник бил невработен, заемниот трговски бенефит би можел да биде направен. Работодавецот може да вработи ваков работник за плата која тој ја бара и сé уште да има некој резервен екстра производ за поголем профит.[4] Се разбира, некои работници

[3] Andrew B. *Abel анд* Ben S. *Bernanke*, *Macroeconomics, 4/e*, Addison Wesley, 2000

[4] George A. Akerlof and Robert J. Shiller, *Animal Spirits: How Human Psichology Drives the*

ќе се невработени. Но, тие нема да можат да најдат работа само затоа што тие се ангажирани во привремена потрага по работа или бидејќи тие инсистираат на плата која е неразумно висока – поголема од она што тие го даваат во производството. Таквата невработеност е доброволна.

Експериментот на мислата на Адам Смит точно го зема предвид фактот дека луѓето рационално ги следат своите економски интереси. Секако дека тие го прават тоа. Но, овој експеримент на мислата не успева да го земе предвид степенот до кој луѓето се, исто така, водени од неекономски мотиви. И тоа не успева да го земат предвид степенот до кој тие се нерационални или непредвидливи.

Луѓето и нивните животински инстинкти

Во оригиналната употребата на терминот, во неговата античка и средновековна латинска форма *spiritus animalis*, зборот *животно* значи „од умот“, или „оживување.“ Тој се однесува на основната ментална енергија и животна сила.[5]

Изразот „животински инстинкти“ е тесно поврзан со Џон Мајнард Кејнз, кој го користи во својата книга легендарна книга (Општата теорија...), објавена во 1936 година. Основната идеја е дека вкупната економска активност може да биде управувана во дел од бранови на оптимизам или песимизам:[6] „Најголем дел, веројатно, на нашите одлуки да се направи нешто позитивно ... може само да се земе како резултат на животинските инстинкти – спонтана потреба за акција наместо пасивноста, а не како резултат на пондерирана просечната вредност на квантитативни придобивки помножени со квантитативни веројатностите.“ [7]

Во модерната економија *животинските инстинкти* имаат здобиено малку поинакво значење; тоа е сега економски термин, се однесува на неуморниот и неконзистентен елемент во економијата. Тој се однесува на нашиот чуден однос со двосмисленост или несигурност. Понекогаш сме парализи-

Economy and Why Matters For Global Capitalism, Princetton University Press, Princeteon and Oxford, 2009.

[5] Поимот животински инстинкти кој потекнува од древни времиња, и делата на античкиот доктор Гален (околу 130-200) е нашироко цитиран отсекогаш како извор за тоа. Терминот беше често користен во медицината, преку средниот век се до „Анатомијата на меланхолијата“ (1632) на Роберт Бартон и "Traite de l'Homme (1972 [1664]) на Рене Декарт. Таму се вели дека е постојат три духа: spiritus vitalis koj потекнува од срцето, spiritus naturalis koj потекнува од црниот дроб, и spiritus animalis koj потекнува од мозокот. Филозофот Џорџ Сантајана изгради систем на филозофијата околу средиштето на „животинската вера“, која тој се дефинира како „чист и апсолутен дух, незабележлива когнитивна енергија, чија суштина е интуиција. “

[6] Робин Метјуз (1984) укажува дека Кејнз бил свесен за употребата на овој термин во оваа насока и тоа во далечната 1739 година од страна на Дејвид Хјум во неговата „*A Treatise on Human Nature,* Book 1“.

[7] Keynes, John Maynard, *The General Theory of Employment Interest and Money,* McMillan, London, 1936, pp.161-162.

рани од него. Сепак, во други времиња, не́ освежува и полни со енергија, надминувајќи ги нашите стравови и двоумења.

Исто како што семејствата понекогаш се сакаат,а во други времиња се расправаат, понекогаш се среќни а во други времиња во депресија, понекогаш се успешни, а другпат во неред, исто така се однесуваат во целост и економиите – одат низ добри и лоши времиња. Социјалната структура се менува. Нашето ниво на доверба еден во друг варира. И нашата подготвеност да се преземат напори и да се ангажираат во саможртвување во никој случај не е константно.

Но, на ниво на макроекономија, во целост, довербата доаѓа и заминува. Понекогаш тоа е оправдано. Понекогаш не е така. Тоа не е само едно рационално предвидување. Тоа е прво и многу важно од нашите животински инстинкти.

Основниот елемент на Кејнзовата економска теорија е неговата идеја за мултипликатор. Концептот, првично предложен од страна на Ричард Кан, како еден вид систем за повратни информации, беше усвоен од Кејнз и стана централна фигура во неговата економска теорија.[8] Во рок од една година од објавувањето на Кејнзовата Општа теорија, Џон Р. Хикс објави квантитативна интерпретација на Кејнз која истакна ригиден мултипликатор и влијанието на неговите ефекти со каматните стапки. Верзијата за Хикс наскоро ја замени Кејнзовата оригинална како авторитетно олицетворение на Кејнзовата теорија.[5] Кејнз беше човек што размислува, беше дискурзивен, неповрзан, непрогледен, но никогаш не беше повеќе провокативен и забавен; Хикс беше уреден, ефикасен, и комплетен.

Верзија на Хикс победи!



Тој и не е толку познат како Кејнз, бидејќи на него често се гледа како на обичен интерпретатор на Кејнзовата генијалност.

Во однос на историјата, „Кејнзовата револуција“ беше исто толку колку и „Хиксовата револуција.“

Но, возможно е да се замисли за улогата на доверба во рамките на овие модели.

Ние обично мислиме за мултипликатори само во поглед на конвенционални варијабили кои лесно може да се измерат. Но, концептот се однесува подеднакво добро на променливите кои не се типични и кои не може да се измерат така лесно. Според тоа, не е само потрошувачкиот мултипликатор, инвестицискиот мултипликатор, и мултипликаторот на владините расходи, кои што ја претставуваат промената во приходот, која се јавува кога има, соодветно, 1% промена во потрошувачката, инвестициите, или владините

[8] Hicks, John R. 1937. "Mr. Keynes and the 'Classics': A Suggested Interpretation." *Econometrica* 5**(**1):147-59.

расходи. Исто така има и *мултипликатор на доверба*. Тој претставува промена во приходот која резултира од една единица промена во довербата – сепак тоа би можело да биде протолкувано или измерено.

Мултипликатор на доверба

Ние, исто така можеме да мислиме на мултипликаторот на доверба, како на потрошувачки мултипликатор, резултирајќи од различни кругови на трошоци. Овде повратните информации се многу поинтересни отколку во нашиот претходно едноставен пример на кругови на потрошувачка. Промените во довербата ќе резултираат со промени во приходите и доверба во следниот круг, и секоја од овие промени за возврат ќе влијае на приходите и довербата во уште понатамошни кругови.

Ако сакаме да го разбереме функционирањето на економијата, и нејзините животински инстинкти, ние исто така мора да ја разбереме злобната страна на економијата – тенденциите кон антисоцијалното однесување и хавариите и неуспесите кои ја нарушуваат во долги интервали или на скриени места. Некои економски движења може да се следат по промените со текот на времето во важност, и прифатливост на директната корупција. Дури и позначајно, постојат промени со текот на времето во важноста на лошата намера – економска активност која иако технички исправна, има злобни мотиви.[9]

Претставниците на капитализмот се изразуваат поетски над стоките што ги обезбедуваат.[10] Капитализмот го произведува сé она што може да се претвори во добивка. Така урбанологистот Џејн Џејкобс гледа архитектонска поезија во различноста и возбудата од облакодерите што се создавани од индивидуални приватни претприемачи.[11] Во времето на владеењето на Михаил Горбачов, Гери Бекер, интелектуален наследник на наследството на Милтон Фридман од Универзитетот од Чикаго, ги опиша „Yellow Pages“ на Московјаните. Овие трудови и самите се резултат на слободната иницијатива и индикација за наградата на капитализмот, со нивните азбучни поредувања на многу од нејзините понуди.

Но, наградата на капитализмот има најмалку една лоша работа.

Капитализмот автоматски не го произведува она што на луѓето навистина им е потребно; тој го произведува она што тие мислат дека им треба, и се подготвени да го платат. Доколку тие се подготвени да платат за вистински лек, ќе се произведе вистински лек. Но, ако тие се исто така

[9] Galbraith, John K. 1997 [1955]. *The Great Crash: 1929.* New York: Houghton Mifflin. Галбрајт ја забележува цикличната природа на економската лоша верба. Го опишува нејзиниот раст во текот на бумот ("уживањето ратсеше брзо") и нејзиното откритие по падот.

[10] Akerlof, George A., and Paul M. Romer. 1993. "Looting: The Economic Underworld of Bankruptcy for Profit." *Brookings Papers on Economic Activity* 2:1-74.

[11] Jacobs, Jane. 1961. *The Death and Life of Great American Cities.* New York: Random House.

подготвени да платат за змиско масло, ќе се произведува змиско масло. Навистина во деветнаесеттиот век Америка имаше цела индустрија посветена на погрешно патентирани лекови.

Да се земе само еден пример, Вилијам Рокфелер, таткото на Џон Д. Рокфелер, бил трговски патник на лажни лекови. Тој ќе се довезел во градот во својот кабриолет, дистрибутирал флаери и повикувал со мегафон за да го објави неговото доаѓање, давал предавања за неговиот чудо од лек на градскиот плоштад, и одржувал расправа за клиентите во хотелски апартман каде отседнувал.[12]

Рокфелер Сениор се чини дека имал природен талент за залажување. Неговиот син го трансформирал неговото генетско наследство во нешто поконструктивно, иако крајно контроверзно.

Потребата за заштита на потрошувачите е секогаш причина од некоја важност, но од различни причини таа не е Ахилилова пета на капитализмот. Потрошувачите имаат доволно познавања дека, во најголем дел, тие не ги купуваат работите слободноумно. Повеќето од нивните набавки се чести, и тие учат брзо, ако производот не дава резултати. Малопродажните места, гарантираат, барем до некоја мера, за она што тие го продаваат. Дополнително постојат и владини заштитни мерки. Тие се особено важни во случаи во кои потрошувачот не може лесно да ги процени атрибутите на производот.



Но, постои една област во која заштитата на потрошувачите е особено потребна, и во која особено е тешко таа да се обезбеди. Ова е во областа на хартиите од вредност, кои ги претставуваат заштедите на луѓето за во иднина.

Постои мит (веројатно не е точно) дека во старите времиња немало потреба за таква заштита, бидејќи тоа би било случајност меѓу штедачите и инвеститорите. Земјоделецот кој копнее по идни приходи би инвестирал во своја фарма. Тој знае подобро од кој било друг дека жртвувањето денес би можело да донесе зголемен придонес во неговиот аутпут утре. Но, денес повеќето работници не работат за себе, и главните средства кои тие ги ставаат настрана за во иднина се да се здобијат со некои финансиски придобивки како што се акции, обврзници, пензиски фондови, како и осигурување на живот. Физичкиот карактер на овие средства сведочи за нивната неважност: тие не се ништо повеќе од парчиња хартија, кои претставуваат вистински ветувања за идни плаќања.

[12] Chernow, Ron. 1998. *Titan: The Life of John D. Rockefeller, Sr.* New York: Random House.

Економијата, човечкиот ум и приказните

Човечкиот ум е изграден да мисли во вид на приказни, на последици од настани со внатрешна логика и динамика, кои се појавуваат како единствена целина. За возврат, голем дел од човековата мотивација доаѓа од животот преку приказна за нашите животи, приказна која ние си ја раскажуваме самите себеси и која што создава рамка за мотивација.[13] Животот би можел да биде само „еден проклето нешто по друго", ако не беше за ваквите приказни. Истото важи и за довербата во една нација, една компанија, или институција. Големите водачи се првите и основни креатори на приказни.

Социјалните психолози Роџер Шанк и Роберт Абелсон тврдат дека приказните и раскажувањето приказни се од фундаментално значење за човековото знаење.[14] Човековите паметења на основните факти се, тврдат тие, индексирани во мозокот околу приказни. Факти што се паметат, се врзани за приказните. Други факти може да влезат во краткорочната меморија. Но, таквите спомени немаат намера да бидат влијателни, и тие се конечно избришани. На пример, секој од нас има само матно сеќавање на деталите на неговото или нејзиното сопствено детство, или за постарите меѓу нас, за нашите сопствени рани возрасни години. Сепак, ние имаме на ум една приказна за тие сеќавања, приказна која ни помага да дефинираме кои сме и што е нашата цел.

Политичарите се еден значаен извор на приказни, особено за економијата. Тие поминуваат голем дел од своето време да разговараат со нивната јавност. Правејќи го тоа, раскажуваат приказни. А, бидејќи голем дел од нивната интеракција со јавноста се однесува на економијата, на истото се однесуваат и овие приказни.[15]

Се смета за непрофесионално за економистите да ги базираат своите анализи на приказни. Напротив, ние треба да се држиме до фактите и квантитативна теорија-теорија која се темели на оптимизација, особено на оптимизација на економските променливи. Само факти, молам. Постои добра причина да се биде внимателен во врска со употребата на приказните. Медиумите се, и после сè, во бизнисот на создавање приказни кои луѓето би сакале да ги слушнат. Така постои тенденција кон преголемо објаснување на економските настани. Само погледнете ги теориите понудени од страна на учени и на поучени луѓе во еден ден на бавни вести кога акциите мрднаа од нивната реална вредност. Според тоа, економистите со право се внимателни со приказните и со реалноста што тие бараат да се дефинира.

---

[13] Ова му се припишува на Една Сент Винсент Милеј: „Животот не е една проклета работа по друга. Тоа е истата проклета работа повторно и повторно." Но, таа само реагираше на многу поранешните корени на оваа фраза, чие вистинско потекло не може да се открие.

[14] Schank, R. C, and Robert P. A. 1977. *Scripts, Plans, Goals and Understanding.* New York: Wiley.

[15] Glaeser, Edward L. 2002. *The Political Economy of Hatred.* National Bureau of Economic Research Working Paper 9171, September.

Но, што ако приказните ги движат пазарите? Што ако овие приказни на преголемо објаснување имаат реални ефекти? Што ако тие самите се вистински дел од тоа како економијата функционира? Тогаш економистите одат во крајност. Приказните не ги објаснуваат повеќе само фактите, тие се фактите.

Довербата на една нација, или на која било голема група, има тенденција да се врти околу приказни. Од особена важност се приказните од новата ера, оние кои претендираат да ги опишат историските промени кои ќе ја подбутнат економијата во сосема нова ера.

Бизнисмените и економистите отсекогаш имале проблеми да ја разберат идејата на „прегреаната економија“, бидејќи таа се потпира во основа на животинските инстинкти – концепт што не е секогаш соодветен за нив. Во популарните печатени медиуми терминот прегреана економија е широко употребуван, и се чини дека од особено големо значење.[18] Сепак, професионалните економисти ретко го користат, а кога го прават тоа, тоа е нај- типично за потценување на популарните економии.[19] Понекогаш тие ќе зборуваат за инфлаторна економија како прегреана. Терминот прегреана економија, како што ќе го користиме, се однесува на ситуација во која довербата ги надмина нормалните граници, во кои поголем дел од луѓето ги изгубиле своите нормални сомневања во врска со економските изгледи и се подготвени да веруваат во приказните за новиот економски бум. Тоа е време кога безгрижното трошење од страна на потрошувачите е норма и кога се направени лоши вистински инвестиции, каде иницијаторите на тие инвестиции само надевајќи се дека други ќе им ги откупат, не чувствувајќи се независно, убедени се дека основната реална инвестиција е здрава инвестиција. Тоа е време кога корупцијата и лошата намера ги има многу, бидејќи тие се потпираат на однесување со доверба во делот од јавната и во апатичните државни регулатори. Оваа корупција, сепак, најчесто е призната јавно само по фактот, кога еуфоријата ќе заврши. Често е, време кога луѓето чувствуваат социјален притисок да трошат многу, бидејќи тие гледаат дека сите го прават тоа, не сакаат да ги гледаат како луѓе кои се колебаат, и не се грижат за ваквото високо ниво на потрошувачка, бидејќи тие чувствуваат дека и другите не се грижат исто така.

Намалувањето на доверба е сериозна национална слабост!

Намалувањето на доверба може да се нарече опасност и катастрофа. За жал, во Република Македонија овие зборови станаа банални од преголема и неискрена употреба. Затоа ќе биде речиси невозможно да се утврди загубата која Република Македонија си ја нанесува сама на себе од страна на овој недостиг на доверба. Бројот на невработени расте неделно делумно поради тоа што недостатокот на доверба спречува создавање или развивање на претпријатија кои би можеле да обезбедат работа. Земјата губи сé повеќе странски пазари, бидејќи многу често своите производители немаат доволно доверба за да започнат производство од голем обем кое е неопходно за да ги задржи тие пазари. Доверба, доверба, повеќе доверба е она што е неопходно да

се подигнат бизнисите, кои се до врв полни со очај – довербата на јавноста која може да навлезе и да ги стимулира овие бизниси во нова доверба во самите себе. Јасно е тука дека довербата престанува да биде само изборна награда за добрата услуга и станува отворена и упорна должност на секој граѓанин.

Постои несигурност околу иднината на даночното оптоварување, трошоците за работна сила, политиките на трошење на Владата, законските ограничувања применливи за индустријата – сите работи кои влијаат на пресметките на добивката и загубата. Тоа е оваа несигурност повеќе отколку кој било длабоко вкоренет антагонизам кон владини политики кој ја објаснува моменталната парализа на индустријата. Тоа е она што предизвикува некои луѓе да се прашуваат дали обновените сили на индустријата ќе работат ефикасно за да се овозможи закрепнување од сегашната депресија, како што беше до сега.

Неопходно е да се инкорпорираат животинските инстинкти во макроекономската теорија, со цел да се знае како економијата навистина функционира. Во врска со ова, макроекономијата во минатите триесет години тргнала во погрешен правец. Во нивните обиди да се исчисти макроекономијата и да ја направат повеќе научна, стандардните макроекономисти имаат наметнато истражувачка структура и дисциплина, со фокусирање на тоа како економијата би се однесувала доколку луѓето имале само економски мотиви и ако тие биле исто така, целосно рационални. Замислете квадрат поделен на четири кутии, кои означуваат мотиви, кои се економски или неекономски и одговори кои се рационални или ирационални. Тековниот модел ја исполнува само горната лева кутија; тоа одговора на прашањето: Како се однесува економијата ако луѓето имаат само економски мотиви, и ако одговораат на нив рационално? Но, тоа води веднаш до другите три прашања, одговарајќи на трите празни кутии: Како се однесува економијата со неекономските мотиви и рационални одговори? Со економските мотиви и ирационални одговори? Со неекономските мотиви и ирационални одговори?

Одговорите на најважните прашања кои се однесуваат на тоа како макроекономијата се однесува и што ние треба да направиме кога таа се однесува недостојно, лежи во голема мера (иако не исклучиво) во рамките на тие три празни кутии.[16]

Приказната за „невидливата рака“ и нејзините последици дава изненадувачки детални прескрипции во однос на улогата на Владата, па дури и кои се однесуваат на прашања од голема специфичност. Но, сега луѓето ги поставуваат овие прашања повторно. Еве еден мал пример: Како можеме да им дозволиме на луѓе со различни способности и финансиската софистицираност да ги искажат своите склоности кон инвестициите без правејќи ги ранливи на продавачите кои продаваат „змиски отров“? Како можеме да им овозможиме на луѓето да ја земат во предвид нивната длабока интуиција за

[16] G. A. Akerlof and R. J. Shiller, *Animal Spirits: How Human Psichology Drives the Economy and Why Matters For Global Capitalism,* Princetton Un iversity Press, Princeteon and Oxford, 2009.

инвестирачките можности без да се појават шпекулативните меури и распрснувања? Како можеме да одлучиме кој треба да биде „помогнат“ и кога? Како ќе се справиме со случаи на поединци и институции кои биле жртви и оштетени? Што треба да биде капитализација на банките? Каква треба да биде природата и величината на фискалните и монетарни мотиви? Какви регулативи треба да постојат за хеџ-фондовите? За инвестициските банки? За банкарските холдинг-компании? Како треба да се измени Законот за стечај за да го земе предвид системскиот ризик? Старите одговори на овие прашања изгледа не функционираат. Насекаде каде економистите и нивните видови се мешаат гледаме дека постигнуваат нови одговори.

Функционирањето на економијата, и улогата на Владата во неа, не може да се објасни само со разгледување на економските мотиви. Таквото објаснување, исто така, бара детално разбирање на довербата, на правичноста, на можностите за корупција, на паричната илузија, и на приказните кои ни се предадени на нас од историјата. Значи, одговорите на овие прашања бараат многу повеќе информации отколку што може да бидат дадени во овој текст.

SPIRITUS ANIMALIS AS AN INSEPARABLE PART OF HOMO OECONOMICUS

Summary

People like homo oeconomicus not always guided by rational motives. Sometimes some very dominate other motives, quite different from economic interests.

In modern economics animal instincts have gained a little different meaning: it is now economically term refers to the untiring and inconsistent element in the economy. He refers to our strange relationship with ambiguity or uncertainty. Sometimes we are paralyzed by it. However, at other times, not refreshing and full of energy, overcoming our fears and doubts.

The social structure is changing. Our level of confidence in each other varies. And our willingness to undertake efforts to engage in self-sacrifice in any case is not constant.

But the level of macroeconomics, in general, confidence comes and goes. Sometimes this is justified. Sometimes it is not. It is not just a rational prediction. It is the first and very important from our animal instincts.

Key Words: *market economy; homo oeconomicus; invisible hand; spiritus animalis; multiplier of trust*

Литература

1. Akerlof, George A., and Shiller, Robert J.: *Animal Spirits: How Human Psichology Drives the Economy and Why Matters For Global Capitalism,* Princetton Un iversity Press, Princeteon and Oxford, 2009.
2. Akerlof, George A., and Paul M. Romer. 1993. "Looting: The Economic Underworld of Bankruptcy for Profit." *Brookings Papers on Economic Activity* 2:1-74.
3. Andrew B. *Abel and* Ben S. *Bernanke*, *Macroeconomics, 4/e*, Addison Wesley, 2000
4. Chernow, Ron. 1998. *Titan: The Life of John D. Rockefeller, Sr.* New York: Random House.
5. Galbraith, John K. 1997 [1955]. *The Great Crash: 1929.* New York: Houghton Mifflin.
6. Glaeser, Edward L. 2002. *The Political Economy of Hatred*. National Bureau of Economic Research Working Paper 9171, September.
7. Hicks, John R. 1937. "Mr. Keynes and the 'Classics': A Suggested Interpretation." *Econometrica* 5(1):147-59.
8. Hume, David, (1739). *A Treatise on Human Nature,* Book 1.
9. Jacobs, Jane. 1961. *The Death and Life of Great American Cities.* New York: Random House.
10. Јовановски, Панче: *Принципи на економија,* Европски унивцерзитет – Република Македонија, Скопје, 2009
11. Mathews, Robin, (1984). "Animal Spirits" in, *The Proceedings of the British Academy*, London 70, 209—29, Oxford University Press.
12. Schank, Roger C, and Robert P. Abelson. 1977. *Scripts, Plans, Goals and Understanding.* New York: Wiley.

339.5:[658.8.012.12:663.81(100)
339.5:[658.8.012.12:640.433(100)

Проф. д-р **Алекса СТАМЕНКОВСКИ**

МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИИ ЗА НАСТАП НА СТРАНСКИОТ ПАЗАР СО ПОСЕБЕН ОСВРТ НА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИИТЕ НА КОМПАНИИТЕ КОКА КОЛА И МЕКДОНАЛДС

Апстракт

Глобализацијата на светскиот пазар е процес кој е постојано во развој. Потребите и желбите на светот се хомеогенизираат. Сето тоа придонесува да дојде до мултинационална соработка. Никој сам не е во состојба да ја развива и одржува својата економија.

Главната цел и задача на Компанијата Кока Кола е да ја максимизира вредноста на сопственичкиот капитал. За да ја оствари оваа цел и задача Кока Кола има стратегија да креира вредности за сите нејзини комитенти и потрошувачи, купувачи, производители - полначи на пијалоци и заедници. Оснвната цел на Мекдоналдс компанијата е да биде најдобар производител и продавач на брза храна во ресторaните ширум светот. Да се биде најдобар за Мекдоналдс значи да се обезбеди вонреден квалитет на производите, услугите, хигиената и вредности зазсекој купувач во секој ресторант на Мекдоналдс.

Клучни зборови: *пазар, стратегии, производи, компании*

1. Неопходноста од настапување на меѓународниот пазар

Меѓународниот бизнис се состои од трансакции кои се остваруваат надвор од домашните граници со цел да се реализираат целите и задачите на поединците, компаниите и на организациите. Меѓународниот бизнис креира мрежа на меѓународни врски кои ги поврзуваат земјите и институциите со трговијата, финансиските пазари, технологијата и со животниот стандард.

Без настапување на меѓународниот пазар, само со користење на домашните ресурси, секоја земја може да произведува само определен број производи. Глобалниот пазар овозможува користење различни ресурси од различни делови на земјата. Настапувањето на меѓународниот пазар

овозможува голем број производи да се дистрибуираат во различни делови на светот.

Успешното настапување на меѓународниот пазар се заснова на остварување на бизнис активности на познат пазар. Мора да се знае кои се купувачите на производите и услугите, постојните и идните, со кои ќе се прошири работењето. Треба да се знае кои се незадоволените потреби и желби на потрошувачите, како тие се однесуваат на пазарот и како да се привлечат.

Потрошувачите на меѓународниот пазар имаат поголеми побарувања, располагаат со поголеми можности и добиваат повеќе информации во врска со производите и услугите и сакаат да купат најдобри производи кои ќе ги задоволат нивните потреби.

Големината на пазарот е едно од клучните прашања за настап на денешниот меѓународен пазар затоа што секој производ има свои карактеристики и потрошувачи и непознавањето на големината на пазарот може да доведе до несакани ефекти. Треба да се анализира сегашниот пазар, да се истражат другите можности кои ги нудат потенцијалните купувачи на пазарот и колкав број од нив може да се освои.

Постојат повеќе постапки кои е неопходно да се преземат пред да се донесе одлука за настап на меѓународниот пазар. Во прв ред, треба да се направи анализа на маркетинг околината.[1] Анализата на маркетинг околината подразбира проучување на факторите кои може да имаат влијание врз настапот на пазарот на определена странска земја.

Треба да се согледаат политичките фактори, кои во прв ред треба да дадат одговор дали земјата е политички стабилна, дали е демократска или има друг вид режим на владеење, каква е монетарната регулираност.

Потоа треба да се види кои се вредностите на купувачите, какви трошоци ќе се направат за влез на пазарот, какви се каматните стапки и дали има инфлација и колкава е, дали е ограничен увозот и со какви мерки, дали државата ги стимулира домашните производители и дали е овозможен конкурентскиот натпревар.

Исто така, треба да се знае дали јазикот може да претставува пречка за комуницирање, какви се навиките на населението, каква е неговата структура, кој донесува одлуки за купување, со каква религија е населението и каков е пристапот на населението кон пазарот.

[1] Алекса Стаменковски: „Маѓународен маркетинг“, Европски универзитет Република Македонија – Скопје, Скопје, 2008 стр. 282-284

2. Стратегии за избор на производ за настап на меѓународниот пазар

Една од најзначајните одлуки за да може успешно да се настапува на меѓународниот пазар е одлуката за утврдување на маркетинг стратегии за настап на пазарот.[2] При изборот на стратегија за меѓународниот пазар може да се тргне од најшироко опфаќање на пазарот па до многу тесно или индивидуално.

Ако продавачот на странскиот пазар ги запостави карактеристиките на одделните пазари и меѓународниот пазар го гледа како целина тогаш тој ќе применува стратегија на недиференциран маркетинг. Оваа стратегија опфаќа масовно производство, масовна дистрибуција, масовна промоција. Тоа значи продавање ист производ, на ист начин на сите пазари во светот.

Продавачот на меѓународниот пазар може да прифати диференцирана маркетинг стратегија со која ќе настапува на неколку различни пазари или неколку сегменти од меѓународниот пазар.

Концентрираниот маркетинг значи да се примени маркетинг стратегија за настап на еден пазар или една земја или на многу малку пазари неколку земји или неколку сегменти на пазарот во една земја.

Покрај овие стратегии за настап на меѓународниот пазар, постои и т.н. микромаркетинг стратегија за меѓународниот пазар која во суштина значи избор на специфични маркетинг програми со кои ќе се задоволат одредени специфични групи или подрачја на меѓународниот пазар.

Изборот на маркетинг стратегија за меѓународниот пазар зависи од ресурсите на компанијата, производите кои ги продава, животниот циклус, целниот пазар и конкурентските стратегии.

Доколку се донесе одлука да се работи на целиот странски пазар тогаш на пазарот ќе се настапува со единствен маркетинг микс. Ако пак се одлучи да се настапува на различни пазари, тогаш за секој различен пазар ќе се се работи со разработен посебен маркетинг микс.

За настап на меѓународниот пазар, како покарактеристични можат да се издвојат три вида стратегии. Постојат три алтернативни стратегии[3] и тоа:

- Цел пазар еден производ - екстензивно покривање на пазарот,
- Неколку пазари неколку производи - селективно покривање на пазарот,

[2] Алекса Стаменковски: „Меѓународен Маркетинг, Европски универзитет Република Македонија - Скопје, Скопје, 2008 стр 233-242

[3] Marketing Strategy Chapter , Chapter Six, Market Targeting and Strategic,2007

- Сегментиран пазар - концентрирано покривање на пазарот:
  - Посебни производи,
  - Посебни пазари.

2.1. Еден производ за сите пазари

Еден производ за сите пазари значи примена на стратегија на недиференциран маркетинг. Таа се карактеризира со тоа што компанијата на меѓународниот пазар настапува се еден маркетинг микс за сите пазари. Примената на ваквата стратегија се темели на претпоставката дека целиот меѓународен пазар е една целина. Ова е т.н. стандардиззиран маркетинг микс, кој значи продажба на големи количини од еден производ на меѓународниот пазар со примена на ист маркетинг пристап во целиот свет.

Недиференцираната маркетинг стратегија за меѓународниот пазар значи запоставување на маркетинг сегментите и прифаќање на моделот на масовен маркетинг.

Но за да се успее со еден производ на целиот светски пазар се прават одредени модификации на производите. Тоа е т.н. адаптиран маркетинг микс. производителот ги прилагодува елементите на маркетинг миксот за избраниот пазар, прави поголеми трошоци, но затоа очекува да освои поголем делод пазарот и побрзо да ги врати вложените средства.

2.2. Неколку производи за сите пазари

Настапот на меѓународниот пазар со неколку производи ги користи т.н. диференцираните маркетинг стратегии. Овие стратегии се насочени кон задоволување на неколку сегменти од меѓународниот пазар со посебни производи и единствени програми за секој одделени избран сегмент од пазарот.

2.3. Неколку производи за неколку пазари

Настапот на мѓународниот пазар со неколку производи за неколку пазари значи примена на т.н. концентрираните маркетинг стратегии. Ова се стратегии со кои се сака да се оствари максимална пенетрација на еден или неколку сегменти од избраниот пазар. Место да се работи на пазарите на

поголем број земји, претпријатијата што ја применуваат оваа стратегија се концентрираат своите напори да ги насочат на неколку од нив кои се добро оценети и избрани.

Оваа стратегија им овозможува на претпријатијата да постигнат подобра позиција на пазарот. Тоа можат да го остварат со концентрирање на ресурсите и другите напори и активности.

Стратегијата на концентриран маркетинг, може да добие и форма на насоченост на маркетинг активностите на меѓународниот пазар на одделни помали делови од определен маркетинг сегмент (Market niching). На овој начин се избегнува водење директна конкурентска борба со главните конкуренти.

Главната причина за примена на стратегијата на помали сегменти при работењето на меѓународниот пазар е доброто познавање на целните групи потрошувачи и определбата што подобро да се задоволат нивните потреби.

3. Маркетинг стратегии за настап на странскиот пазар на компанијата КОКА КОЛА

Компанијата Кока Кола е водечки производител, продавач и дистрибутер на безалкохолни пијалоци, концентрати и сирупи. Компанијата и нејзините филијали вработуваат блиску 31.000 луѓе низ целиот свет. Компанијата Кока Кола произведува сирупи и концентрати и пијалоци кои се основа за Кока Колата која е водечки пијалок. Компанијата Кока Кола произведува преку 230 други безалкохолни пијалоци кои се продаваат преку нејзините филијали во преку 200 земји во светот.

Компанијата "Кока-кола"[4] има седиште во Атланта, Џорџија, и често ја нарекуваат само **Кока** или (во Европа и Америка) само **Кола** или **Поп**. Илјадници потрошувачи секојдневно ги посетуваат ресторaните за брза храна поради што маркетинг стратегиите на Кока Кола се насочени кон тоа да се обезбеди Кока Колата да биде продавана во производните синџири како што се McDonalds, Burger King, and Domino's Pizza.

Најзината маркетинг стратегија е пијалоците да бидат што поблиску до потрошувачите. Таа за настап на странскиот пазар има стратегија која се нарекува „**мисли локално работи локално**". Оваа маркетинг стратегија значи на потрошувачите да им се понуди производ кој ќе ги задоволи нивните различни начини на животен стил и фази во животниот циклус (возраст).

[4] Обработка според Wikipedia, the free encyclopedia, 2010

3.1. Цели задачи на компанијата Кока Кола

Главната цел и задача на Компанијата Кока Кола е да ја максимизира вредноста на сопственичкиот капитал. За да ја оствари оваа цел и задача Кока Кола има стратегија да креира вредности за сите нејзини комитенти и потрошувачи, купувачи, производители - полначи на пијалоци и заедници. Компанијата Кока Кола креира вредности со постојните сеопфатни бизнис стратегии водени од следните шест верувања:

- Побарувачката од купувачите води се што компанијата работи,
- Марката Кока Кола е во центарот на Бизнисот на Кокоа Кола компанијата,
- На купувачите да им се нудат безалкохолни пијалоци кои тие се подготвени да ги пијат секој ден,
- Кока Кола да има најразвиеен маркетинг на светот,
- Кока Кола ќе размислува и ќе работи локално,
- Кока Кола да биде водечки модел за соработка со граѓаните.

Со оглед на тоа дека Кока Кола има повеќе од 16 милиони купувачи кои ги продаваат нејзините производи, или директно ги услужуваат потрошувачите, нејзината маркетинг стратегија е насочена кон зголемување на вредностите за овие купувачи со цел да им помогне за да ги прошират нивните бизниси со безалкохолни пијалоци. Кока Кола настојува да ги разбере бизнисите и потребите на овој вид купувачи, било да се тие трговци на мало илки пак сопственици на киосци.

Кока Кола проценува дека на светот има околу 6 милиони жители кои можат да бидат потенцијални купувачи на производите на Кока Кола. Основната цел на Кока Кола е да го прилагоди извршувањето на задачите и да ги зголеми своите способности да ги задоволи барањата на потрошувачите. Таа оа ќе го направи со продажба на вистинскиот производ, на вистинскиот пазар и во вистинско време.

Точната формула на Кока-кола е позната трговска тајна. Оригиналниот примерок на формулата се наоѓа во трезорот на банката Сан Траст, во Атланта. Само двајца извршители имаат пристап до формулата, каде што секој од нив има само половина од формулата.

Произведувачите Кока Колата ја произведуваат врз основа на склучени ексклузивни територијални договори со компанијата. Кока Колата се произведува во лименки или шишиња. Производителите гопроизведуваат

конечниот пијалак со мешање на филтрирана вода и шеќер (или вештачки засладувачи) и потоа се газира пред да се стави во лименки и шишиња, по што производителите го продаваат и дистрибуираат до продавниците, автоматите, ресторaните и сендвичарите.

Компанијата "Кока-кола" има и други кола производи под брендот Кока. Најпозната од нив е Диетална кока, која стана најпозната диетална кола. Но, постојат и други, вклучувајќи ги Безкофеинска Кока-кола, Кока-кола со цреши, Кока-кола зиро, Кока-кола ванила, а има и специјални изданија со жолт лимон, зелен лимон или кафе.

3.2. Промоцијата на Кока Кола

Промоцијата на Кока-кола има значајно влијание врз американската култура, и токму нејзе често и се припишува "измислувањето" на новиот изглед на Дедо Мраз т.е. старец во црвено-бел костум. Пред Дедо Мраз, Кока-кола се потпирала на убаво облечени млади жени кои продаваат напитоци. Првата таква промоција на Кока-кола се појавила уште во 1895 година.

Во 1941 година за прв пат е употребен името „Кока“ како официјален заштитен знак за производот, за што биле реализирани серија огласи кои информирле дека „Кока значи Кока-кола“. Во 1970 тите, песната од еден оглас на Кока-кола насловена "Сакам да го научам светот да пее," станала многу популарен хит сингл.

Промоцијата на на Кока Колка е се поприсутно, знаејќи дека една од целите на е да се обезбеди секој поединец на Земјата пие Кока-кола и дека Кока Колата е најпосакуваниот пијалак. Во телевизиските промоции на Кока Кола учествуваат филмски ѕвезди, истакнати спортисти и популарни пејачи.

Кока-кола е првиот спонзор на Олимписките игри, одржани во 1928 година во Амстердам и таа е спонзор на Олимпијадите од тогаш до ден денес. Од 1978 година Кока-кола го спонзорира ФИФА. Кока-кола има долга историја на спонзорирање спортски настани, вклучувајќи ги и Главната бејзбол лига, Националната фудбалска лига, Националната кошаркарска асоцијација и Националната хокеј лига, како и многу тимови од овие лиги. Кока-кола е официјален безалкохолен пијалак на школските фудбалските тимови.

Во Индија Кока-кола е еден од главните спонзори во Светскиот куп во крикет Во Англија Кока-кола е главен спонзор на Фудбалската лига, име кое се однесува на трите професионални поделби во Премиер лигата во фудбал. Во 2005 година. Кока-кола објави натпревар за 72 клуба од

фудбалската лига – наречено “Освои играч”. Ова им овозможи на фановите да даваат по еден глас дневно за нивниот омилен клуб, од кои само еден ќе биде извлечен и ќе заработи £250,000 за клубот. Во 2007година натпреварот се преименува во “Купи играч”. Овој натпревар им овозможи на фановите со купување на шише Кока-кола зиро или Кока-кола да го пратат кодот од обвивката на веб-сајтот на Кока-кола{www.coca-colafootball.co.uk}.Со овој код можеше да се добијат секакви награди, од ₤ 50 до ₤ 100,000 за клубот, по избор. Кока-кола како политички и корпоративен симбол

Кока-кола во голем дел се идентификува со самите САД, и се смета за “Американски бренд” или во помал степен како нешто што ја претставува Америка. Идентификацијата заедно со ширењето на американската култура доведе до појава на фразата “Кола-колонизација”. Пијалакот често е синоним за компанијата “Кока-кола”.

4. Маркетинг стратегиите за настап на странскиот пазар на Мекдоналдс

Корпорацијата Мекдоналдс[5] остварува дејниост во областа на производството и продажбата на брза храна. Таа работи со повеќе од 30.000 ресторани во 119 земји во светот и опслужува повеќе од 58 милиони клиенти на ден. Во САД Мекдоналдс има 12.450 ресторани (продавници), кои имаат посебни локации. Со овие продавници Мекдоналдс опслужува 42 % од пазарот за брза храна во САД.

Мекдоналдс бизнисот го почнува во 1940 година, со ресторан отворен од браќата Ричард и Морис Мекдоналд во Сан Бернардино, Калифорнија. Воведувањето на "Speedee служба систем" во 1948 година станува основа на принципите на модерните ресторани за брза храна.

Со проширувањето на McDonald's на многу меѓународни пазари, компанијата стана симбол на глобализацијата и на ширењето на американскиот начин на живот .

Маркетинг стратетегиите на Мекдоналдс се насочени, кон осознавање на потребите на потрошувачите и создавање можности за нивно задоволување и прилагодување кон динамичните промени на пазарот. За да го оствари ваквиот пристап кон развивањето на маркетинг стратегиите Мекдоналдс води неколку постапки со спроведување на длабинско истражување на потрошувачите и ревизија на квалитетот на марката на производите. Истражувањето се спроведува со методите на квантитативно и квалитативно истражување. Со истражувањето се добивазат резултати за тоа

[5] Обработка според Wikipedia, the free encyclopedia, 2010

како Мекдоналдс е перципиран кај потрошувачите и какви сењ движењата на пазарот. Компанија спроведува истражувања на локалните подрачја каде што се наоѓаат ресторанте, потоа ја истражува општата околина и одделните спцифични пазарни сегменти како што се на пример, децата.

Компанијата смета дека нејзината конкуренција може да биде поделена во три широки и основни подрачја и тоа:

- Вкупниот пазар на храна во кој ги вбројува ресторанте, хотелите, пабовите, и другите продавници во кои населението јаде,
- Ресторанте за брза услуга во кои ги вбројува сите конкуренти продавачи на ефтина храна и сендвичи, продавници во кои храната се служи брзо,
- Секторот за производство на Бургер производи кој ги опфаќа ресторанте кои служат хамбургеривклучувајчи ги Burger King, Wimpy, Wendy's и другите назависни продавачи на вакви производи.

4.1. Цели и задачи на компанијата МЕКДОНАЛДС

Оснвната цел на Мекдоналдс компанијата е да биде најдобар производител и продавач на брза храна во ресторанте ширум светот. Да се биде најдцобар за Мекдоналдс значи да се обезбеди вонреден квалитет на производите, услугите, хигиената и вредности зазсекој купувач во секој ресторант на Мекдоналдс.

Задачите на Мекдоналдс:

- Се секој купувач да биде задоволен на најдобар можен начин,
- Да се градат долгорочни односи со купувачите,
- Да се биде флексибилен и да се одговори на предизвиците кои ги бараат потрошувачите,
- Целите и задачите и стратегиите да се определуваат во согласност со барањата на купувачите,
- Да се гради свесност за марката,
- Да се зголеми бројот на купувачите и прометот во ресторантите.

Настапот на пазарот Мекдоналдс го реализира по извршеното сегментирање на пазарот, изборот на целниот сегмемнт, направеното

позиционирање и користењето на маркетинг микс елементите, кои за Мекдоналдс компанијата се:

- Производот,
- Продажбата,
- Цената,
- Промоцијата, и
- Народот.

Мекдоналдс на купувачите им нуди физички производи (храна и пијалоци) и услуги. производите на Мекдоналдс имаат своја определена длабочина и широчина. Компанијата ги проучува потрошувачите и нивното однесување и во зависност од тоа им нуди соодветни производи и услуги. Таа на различните пазари ги прилагодува производите во зависност од барањата на локалните купувачи.

Продажбата на производите на Мекдоналдс значи ставање на располагање на производите и услугите преку соодветни канали на дистрибуција. А тоа се прави производите да бидат достапни на вистинското место, во вистинско време и во вистинска количина по прифатлива цена. На пример, се истакнува дека околу 50% од ресторaните или продажните места на Мекдоналдс во САД се наоѓаат на три минути возење од местото на секој купувач. Продажните места и ресторaните се со високо ниво на хигиена и чистотија, добар амбиент и високо ниво на услуги од страна на продавачите. мекдоналдс има направено и посебни места во продавниците во кои можат да се дат и да јадат и пијат Кока Кола и малите деца.

Политиката на цените опфаќа формирање на листа на цени, попусти, усогласување на цените според цените на конкуренцијата. Политиката на цени е мошне важен елемент на маркетинг миксот на Мекдоналдс, затоа што таа е единствениот инструмент кој го создава приходот на компанијата.

Мекдоналдс корист разни промотивни канали со помош на кои обезбедува ефективно комуницирање со купувачите и со тоа обезбедува пренесување на разни информации за производите. Познавањето на купувачите и нивните барања и вредности помага да се донесе одлука колку трошоци ќе се направат за промоцијата. промоцијата на Мекдоналдс има три главни цели:

- Да влијае на свеста на луѓето за да ги знаат пеоизводите на мекдоналдс,
- Да ги поттикнува купувачите да ги купуваат производите и
- Да ги потсетува за постоењето на Мењкдоналдс производите.

Мекдоналдс настојува вистинската порака да биде испратена до вистинските купувачи преку соодветни медиуми.

Маркетинг стратегиите на Мекдоналдс се насочени и кон вработените, односно луѓето кои работатат во компанијата. Мекдоналс е ориентиран кон своите луѓе и услугите кои тие им ги даваат на купувачите. На прво место го става квалитетот на услугата во процесот на доставувањето на производите до купувачите. Тоа е т.н. Марка на услугата на Мекдоналдс.

4.2. Промоцијата на Мекдоналдс

"Мекдоналдс" првенствено продава хамбургери, cheeseburgers, пилешки производи, помфрит , појадок предмети, безалкохолни пијалоци и десерти. Во повеќето земји, McDonald's нуди салати и вегетаријанска производи како и производи карактеристични за локалните подрачја.

МекДоналдс со децении се одржува голема промотивна кампања. Ги користи вообичаените медиуми (ТВ, радиото и весникот). Компанијата користи билборди, спонзорира и спортски настани како што се Олимписките игри. Сепак, телевизија секогаш игра централна улога во промотивната стратегија на компанијата.

Мекдоналдс големо внимание посветува и на брендирањето, за што спроведува повеќе различни кампањи за брендирање. Најзбележлива работа на Мекдоналдс е неговот лого т.н. двоен лак - double arch. Логото на Мекдоналдс ја изразува буквата М во жолта боја и врцена заднина.

Промоцијата како еден од инструментите на маркетинг миксот на Мекдоналдс се смета дека претставува столб на неговиот успех. Мекдоналдс со своите купувачи гради лојалност со децении. Лојалноста Мекдоналдс ја гради со квалитетот на производите, лесната достапност и вредностите што ги дава. Успешноста на промотивните пораки е резултат на насоќеноста на секоја порака кон секој целен сегмент на потрошувачи.

Заклучок

Меѓународниот бизнис се состои од трансакции кои се остваруваат надвор од домашните граници со цел да се реализираат целите и задачите на поединците, компаниите и на организациите. Меѓународниот бизнис креира мрежа на меѓународни врски кои ги поврзуваат земјите и институциитесо трговијата, финансиските пазари, технологијата и со животниот стандард.

Без настапување на меѓународниот пазар, само со користење на домашните ресурси, секоја земја може да произведува само определен број производи. Глобалниот пазар овозможува користење различни ресурси од различни делови на земјата. Настапувањето на меѓународниот пазар овозможува голем број производи да се дистрибуираат во различни делови на светот.

Маркетинг стратегија на Кока Кола е пијалоците да бидат што поблиску до потрошувачите. Таа за настап на странскиот пазар има стратегија која се нарекува „мисли локално работи локално“. Оваа маркетинг стратегија значи на потрошувачите да им се понуди производ кој ќе ги задоволи нивните различни начини на животен стил и фази во животниот циклус (возраст).

Маркетинг стратетегиите на Мекдоналдс се насочени, кон осознавање на потребите на потрошувачите и создавање можности за нивно задоволување и прилагодување кон динамичните промени на пазарот. За да го оствари ваквиот пристап кон развивањето на маркетинг стратегиите Мекдоналдс води неколку постапки со спроведување на длабинско истражување на потрошувачите и ревизија на квалитетот на марката на производите. Истражувањето се спроведува со методите на квантитативно и квалитативно истражување.

Abstract

The globalization of markets is at hand. With that, the multinational commercial world nears its end, and so does the multinational corporation. The world`s needs and desires have been irrevocably homogenized (market needs). This makes the multinational corporation obsolete and the global corporation absolute. Nobody is safe from global reach and the irresistable economies of scale

The Mission Statement of the Coca Cola Company is to maximize shareowner value over time. In order to achieve this mission, we must create value for all the constraints we serve, including our consumers, our customers, our bottlers, and our communities.

McDonald's vision is to be the world's best quick service restaurant experience. Being the best means providing outstanding quality, service, cleanliness, and value, so that we make every customer in every restaurant smile. McDonalds mission is to understand the importance of adaptation to local culture, tastes and preferences for global food retailers.

Key words: *market, strategy, products, company*

Литература

1. Chapter 11 Creating Value Through Customer and Supplier Relationships, Relationship Marketing (RM) Customer Relationship Management (CR Other RM Concepts – value webs and lifetime value, 2010
2. Competitive Strategy: Trchniques for Analyzing Industries and Competition (New York: The Free Press, 1980).
3. Cravens W.D. and N.F. Piercy, Strategic Marketing, seventh edition, Mc Grow –
4. Deborah Baker: Consumer Stakeholders Product and Service Issues, Business and Society: Ethics and Stakeholder Management, 7e • Carroll & Buchholtz Copyright ©2009 by South-Western, a division of Cengage Learning.
5. Direkt Marketers, Home – Direkt marketers, AMF , May 2005
6. Distribution Channals Group Profile, BNL Investor Relations 2005
7. The Global Marketplace, Chapter 15, 2010
8. Hiebing G.R.and s.W. Coopper, The successful Marketing Plan, third edition, Mc. Grow – Hill, New Yok., 2003
9. Hill W.L.Charles, Gareth R.J.,Strateggic Management, Houghton Mifin Co., 2001
10. Marketing Strategy Chapter , Chapter Six, Market Targeting and Strategic,2007
11. ЈаќовскиБ.: "Принципи на маркетинг", ЕУРМ,Скопје, 2010
12. Kotler & Armstrong: Principles of Marketing" ninth edition, Prentice Hall, Inc, New Jersey, 2005,
13. Kotler P.,Keller L.Kevin, A Framework for Marketing Management, New Jersey, Pearson,Prentice Hall, 2007
14. Kotler Ph. : "Marketing Management", eleventh edition, international Edition, Prentice Hall Marketing, 2007
15. Philip Kotler and Gary Armstrong: Principles of Marketing, Eighth Edition, Chapter 3, The Global Marketing Environment, 2009
16. Philip Kotler Marketing Management, Tenth Edition, Chapter 13, Managing ProductLines, Brands, and Packaging
17. Principles of Marketing: Chapter 8, Product and Services Strategy, 2009
18. Rhys Rowland-Jones: Introduction to Quality, Expanding the quality myth, 2010
19. Ристеска - Јованоска С., Јаќовски Б., Стратегиски маркетинг, Економски факултет, Скопје, 2003
20. Riezebos R., Brand Management Pearson Education, England, 2003.,

21. Алекса Стаменковски: „Меѓународен маркетинг“, Европски универзитет Република Македонија – Скопје, Скопје, 2008
22. Алекса Стаменковски, Далиборка Блажевска: „Маркетинг на земјоиделски производи“, ЕУРМ, 2010
23. The American Marketing Association (AMA)
24. Wikipedia, Free Enciklopedia, 2007
25. Lamb, Hair, McDaniel: Product Concepts, Chapter 10, 2010-2011

658.512.624.011.4

Проф. д-р **Љиљана КОНЕСКА**

НЕФОРМАЛНАТА ОРГАНИЗАЦИЈА ВО ФУНКЦИЈА НА ПОДОБРУВАЊЕ НА УПРАВУВАЧКИОТ ПРОЦЕС

Апстракт

Неформалните организации се неминовна и неизбежна појава во човековото функционирање. Неформалните организации или како што се нарекуваат "организации во сенка", постојат во секое претпријатие. Тоа се групи кои неминовно се формираат поради пријателство или поради некои други односи кои не можат да се регулираат со формалната организациска шема. Се забележуваат во секојдневното работење, таму каде што формалната организација не е единствена и на чија основа се завршуваат работите.

Неформалниот систем често е побрз и поефикасен од формалниот. Тоа е единствена работа. Раководителите кои ќе ја согледаат моќта на неформалната организација, поточно доколку ја сознаат нејзината динамика и дејство, ќе бидат во состојба да ги искористат потенцијалните ресурси кои егзистираат во неформалната организација и да го подигнат степенот на ефикасно управување.

Клучни зборови: *неформална организација, организациона структура, менаџмент*

НЕФОРМАЛНАТА ОРГАНИЗАЦИЈА ВО ФУНКЦИЈА НА ПОДОБРУВАЊЕ НА УПРАВУВАЧКИОТ ПРОЦЕС

Се вели дека со способен кадар добро ќе функционира било кој вид на организација. Некои тврдат дури дека неодредеността во организацијата е повеќе од потребна, затоа што дава стимул врз тимската работа, а луѓето знаат дека мора да соработуваат со цел да остварат нешто. Меѓутоа нема сомнеж дека добрите луѓе кои се спремни на соработка ќе придонесат максимално ако работат заедно и ако ги знаат улогите кои треба да ги играат

во тимот, а исто така и ако го дефинираат нивниот однос спрема другите учесници.

Организирањето е втора функција на менаџментот. Тоа се однесува на утврдување на работата, групирање на работите, дефинирање и делегирање на одговорностите и создавање на односи помеѓу менаџерите и работниците. Организирањето ја зголемува ефикасноста на менаџментот, ја намалува конфузијата и недоразбирањата во текот на работата, го унапредува координирањето во претпријатието, а сѐ со цел ефикасно да се остварат целите.

Организацијата е отворен социјален систем во кој двајца или повеќе луѓе заедно извршуваат јасно структурирани активности, соработуваат врз основа на утврдени односи, а преку координација во рамките на утврдените граници, настојуваат да ги остварат заедничките цели и интереси.[1]

Претпријатието како отворен систем мора да соработува со окружувањето за да опстане и преживее. Тоа не може да се изолира од окружувањето, туку треба да се адаптира и менува спрема него за да може да функционира ефективно и ефикасно во остварување на своите цели. Тука менаџерот е одговорен за користење на ресурсите на ефективен и ефикасен начин.

Организацијата не е прост збир на своите делови, елементи.

На ниво на организацијата како целина се воспоставуваат посебни односи кои не може да се извлечат само од карактеристиките на нејзините делови. За нејзино ефикасно функционирање потребно е да се исполнат две значајни барања од организацијата и тоа:

- Да функционира како целина,
- Да постигнува синергетска вредност.

Во однос на првото барање, организацијата треба да ја нагласи меѓузависноста на деловите во неа како еден систем и од друга страна, зависноста на организацијата од околината кој претставува систем од повисок ред. Ако настанат промени во било кој нејзин дел тие истовремено се одразуваат и на организацијата како целина. Исто така, доколку се случуваат промени во околината, тие неминовно влијаат и на организацијата како нејзина компонента, како систем од повисок ред.

Различните автори различно ја дефинираат организациската ефективност. Како една од покарактеристичните дефиниции може да се издвои следнава: "Способност на организацијата да ја исполни својата *мисија* и да обезбеди опстанок преку обезбедување на баланс од способен

[1] Карпати Т., цитирано кај Јаќовски Бошко, Маркетинг, Економски факултет-Скопје,1991,стр.13

менаџмент, силно управување и доследна посветеност кон постигнување на резултати".

Менаџирањето со организацијата е комплексна задача која во денешни услови тешко може да биде вршена само од еден човек и затоа, по правило, управувањето во големите организации е доверено на група луѓе – менаџери кои мора да имаат соодветни знаења, искуство и вештини потребни за успешно изведување на задачата.

Во современи услови на стопанисување деловните ентитети се соочуваат со борбата за остварување на конкурентска предност, одржување на етичките стандарди, успешно раководење со работната сила (кадровска политика) и навремена примена и користењето на новите технологии и информациски системи.

Остварувањето на конкурентската предност е поврзано со искористеноста на ресурсите (работната сила и суровините), зголемената ефикасност, квалитетот, внесувањето иновации во работењето и задоволување на барањата од потрошувачите и корисниците на услугите.

Одржувањето на етичките стандарди е многу важен принцип, особено кога се врши притисок врз менаџерите од страна на акционерите за повисок профит и остварување дивиденда. Во такви услови маркетинг менаџерите треба да најдат начини преку подобро организирање и планирање да ја постигнат целта без да прибегнат кон драстични мерки и тортура врз вработените.

Со примената на информациските технологии работата на менаџментот значително се олеснува и унапредува, особено со продорот на информациите и знаењата како постојана потреба на менаџерите и другите вработени, како и можноста за моментален увид и пресек на состојбата на сите компоненти од работењето на организацијата во кое било време.

Перформансите на организацијата се показател за тоа колку ефикасно и ефективно менаџерите ги користат ресурсите на организацијата за да ги постигнат организациските цели и истовремено да ги задоволат барањата на потрошувачите за своите производи и услуги. Организации со високи перформанси се оние кои истовремено се ефикасни и ефективни.

Ефикасноста е мерка колку добро и колку продуктивно се користат ресурсите за постигнување на организациските цели. Организациите се ефикасни кога менаџерите ги намалуваат влезните ресурси (суровините, бројот на извршителите, и бројот на компонентите за составување одредени

делови од финален производ), како и времето потребно да се изработи определен производ или да се обезбеди определена услуга.

Ефективноста е мерка на соодветност на целите кои менаџерите ги поставиле како организациска цел како и степенот на исполнување на таквата цел од страна на организацијата. Организациите се ефективни кога менаџерите избираат и поставуваат соодветни цели и на крајот истите ги постигнуваат и исполнуваат.

Ефективни се оние менаџери кои избираат прави и соодветни цели кои како производи и услуги се прифатени од потрошувачите и корисниците на услугите, а таквите организациски цели ги постигнуваат и исполнуваат со вештини и знаења и со најмало користење на ресурсите на организацијата.

Промените настанати во севкупното живеење како последица од појавата на новите технологии и информациските системи, неминовно доведоа до промени во менаџментот при што менаџерите даваат насоки како знаење поединецот да го најде своето место во структурата на организацијата, и со своето и вештини на најдобар можен начин да се вклопи во севкупниот амбиент.

Со појавата на глобализацијата, границите на организациите исчезнуваат и со своето растење и ширење тие ги надминуваат локалните, регионалните и националните рамки и прераснуваат во широко распространети низ целиот свет. Во такви услови опфатот на менаџментот значително се зголемува и усложнува и менаџерите ќе бидат истовремено експерти за развој и организација, експерти за планирање, експерти за лингвистички стилови и мултинационални култури, медијатори и многу друго.

Секој вработен придонесува за организациската ефективност. Земајќи ги во предвид вештините, искуството, мотивацијата и рангот, некои вработени имаат позначајна улога од останатите.

Тие креираат, менаџираат, примаат и/или манипулираат со информациите. Секој поединец може да даде свој придонес во остварување на организациската ефективност. Мерењето на придонесот на "knowledge workers" за целокупната организациска ефективност наметнува низа предизвици, затоа што не постои ниедна поединечна мерка која може да го опфати и да укаже на крајниот исход.

Организацијата во управувачкиот процес има значајна улога во поглед на поделба и координација на активностите со цел ефикасно да се остварат предвидените цели и задачи. Истражувањата укажуваат на врската помеѓу стратегијата, организационата поставеност и начините на нивното остварување.

Задачите се однесуваат на основните активности кои треба да водат кон реализација на организационо,поставените цели, респектирајќи ја

организационата структура, системот на наградување и секако потпирајќи се на информацискиот систем во донесувањето на соодветни деловни одлуки.

Една од најјаките форми во рамките на организацијата која е присутна во секој деловен ентитет е **неформалната организација.**

Тоа всушност и не е организација во класична смисла на зборот, нема званично членство, нема поделба на должности и обврски, дури нема и договорени улоги. Она што се нарекува неформална организација, претставува некој вид на аморфна група т.е. слабо поврзана мрежа на меѓучовечки односи. Кога вработените ќе се соберат да разговараат за својот шеф, односно раководител, за своите амбиции или условите за работа, тие тогаш го прават она што сите работници во сите организации го прават. Таа едноставна и многу човечка активност ја претставува основата на неформалната група.

Неформалните организации се неминовна и неизбежна појава во човековото функционирање.

Неформалните организации или како што се нарекуваат "организации во сенка", постојат во секое претпријатие. Тоа се групи кои неминовно се формираат поради пријателство или поради некои односи кои не можат да се регулираат со организациона шема. Тие најмногу се приметуваат во секојдневното работење таму каде што формалната организација не е единствена на чиј основ се завршуваат работите.

Неформалниот систем често е побрз и поефикасен од формалниот. Тоа е единствена работа. Кога сакате да откриете што не чини во претпријатието наместо да ја набљудувате формалната мрежа треба да посветите внимание на неформалниот, односно незваничниот систем на комуникации.

Неавторизираното поставување на норми над работата е едно од начините на кои неформалната организација прави контрапродуктивно влијание.Од друга страна многу често слушаме приказни во кои компанијата е спасена благодарение на група работници кои работеле надвор од барањата на работното место.

Еден таков пример е авионската компанија LIR DZET, каде што работниците се заложиле да го завршат прототипот. Харизматичниот претседател на компанијата Џемс Лир починал неколку месеци пред да биде завршен новиот тип на авион. Финансирањето на производството зависело од успешноста на пробниот лет кој требало да се изведе пред 1 јануари 1981 година. Лировата сопруга застанала зад управувањето, а работниците сами одлучиле да го дуплираат работното време во текот на пет месеци, за да првиот пробен лет се изврши на време. Со нивна заложба авионот е

завршен, влегол во редовно производство и до денес постигнува голем успех.[2]

Во секоја организација постои сплет на меѓучовечки односи. Кога ќе се активираат неформалните организации, можат да вршат големо влијание. Најчесто тоа влијание се манифестира преку неформалната комуникација или преку влијанието на работните места. Целта на раководителот е да ги минимизира негативните ефекти на овие организации и да ја искористи нивната моќ во свои цели.

Последиците од неформалната група можат да се контролираат, дури и да се искористат. Меѓутоа за да може да го постигне тоа менаџерот мора да има јасна слика за тоа како и зошто функционира неформалната организација. Кога ќе се здобие со некоја основна претстава за мотивите на неформалната група тогаш можат да се развијат соодветни стратегии. Пред сè менаџерот, односно раководителот мора да знае дека овие организации во сенка настануваат од принципот на човековата природа.

Важно е да се воочи фактот дека човечкото меѓуделување ја прави основата за неформалната организација. Кога ќе се развијат билатерални односи, чувствата што произлегуваат од нив претставуваат базично ткиво на групата кое ги поврзува во понатамошно корисно однесување. Треба да се има исто така во предвид дека целите кои се приоритетни за претпријатието често се различни од целите на поединци. Поединците секогаш пробуваат да ги задоволат нивните потреби додека се на работното место. За да го остварат тоа, тие се обединуваат и прават односи кои даваат структура, предвидливост па дури и задоволство во работата.

Со цел во потполност да се разбере значењето на неформалната организација мора да се разгледаат некои клучни моменти. Пред сè мора да се потенцира дека и раководителите од највисок ранг мошне често формираат неформална организација. Второ, во поголем број на организации постои тенденција на отпор на промени. Ако тие промени неправилно се воведат тогаш неформалната група ќе се спротивстави во секој поглед.

Постојат неколку чекори кои треба да ги преземе менаџерот заради ефикасно искористување на предностите на неформалната организација.

Прво е да го прифати фактот дека неформална организација постои и дека има одредена моќ на влијание.

Второ мора да го идентификува нејзиниот лидер кој е клучен играч. Ако тој го прифати и се посвети на решавањето на проблемите или примени некое решение, менаџерот има многу поголеми изгледи за успех.

[2] The Busines of Management, Scientific Group International, Beograd, 1995, str. 114

Третиот чекор се состои во идентификација на целите на неформалната група. Конечно менаџерот раководител не само што треба да разговара и соработува со групата, туку неопходно е да воспостави канали на повратни врски. Тоа им овозможува на работниците на време да го запознаат раководството со проблемите така што ќе може благовремено да се детектираат проблемите и да се пристапи кон нивно решавање.

Неформалната организација од гледна точка на раководителот претставува моќно средство за решавање на тековните прашања. Ако раководителот има проблем или потешкотии во решавање на задачите, еден од начините неформалната организација да работи за него е да разговара за проблемите со сите кои се вклучени во неа сè додека не биде сигурен дека го сфатиле проблемот и дека решавањето на истиот зависи од нивната ангажираност. Со тоа тие стекнуваат чувство на припадност.

За да се постигне успех со неформалната организација мора да се навлезе во нејзината суштина, во она што претставува движечка сила на целата организација. Ова е потребно за да се обезбеди успех во деловното работење на претпријатието.

"Кога раководителот навистина сака претпријатието да напредува, тој мора да ги користи сите средства кои му стојат на располагање, а неформалниот систем на комуникација е еден од клучните елементи. Ако тој систем заживее тогаш е можно да се разговара со подредените. При барањето на помош, тоа се прави сосема природно и без резервно, за побрзо и поефикасно да се остварат зацртаните цели."[3]

Раководителите кои ќе ја согледаат моќта на неформалната организација излегуваат од својата канцеларија секогаш кога ќе можат за да разговараат непосредно со лидерите на таа група. Овие раководители ја разбираат критичната потреба за отворање на комуникациски канали и повратни врски.

Иако се скоро невидливи, неформалните организации се реалност во секое претпријатие и претставуваат моќно средство кое може да биде искористено за постигнување на позитивни резултати во работењето (или да предизвика штетно дејство за претпријатието). Овие мрежи постојат на сите нивоа и ако раководителот ја разбере таа динамика и делува врз основа на тоа сознание ќе биде во состојба да ги искористи потенцијалните ресурси кои егзистираат во неформалната организација.

[3] The Busines of Management, Scientific Group International, Beograd, 1995, str. 119

Заклучок

Менаџмент функциите се како инвестиција - сакате да ги вложите сите ресурси со кои располагате за поефикасно остварување на целите. Не мора да има потчинети за да постои менаџер - секој вработен има средства на располагање - време, талент, сила, организациски способности итн.

Менаџирањето со организацијата е комплексна задача која во денешни услови тешко може да ја обавува само еден човек и затоа, по правило, управувањето во големите организации е доверено на група луѓе – менаџери кои мора да имаат соодветни знаења, искуство и вештини потребни за успешно изведување на задачата.

Неформалната организација од гледна точка на раководителот претставува моќно средство за решавање на тековните прашања.

Кога раководителот навистина сака претпријатието да напредува, тој мора да ги користи сите средства кои му стојат на располагање, а неформалниот систем на комуникација е еден од клучните елементи. Ако тој систем биде имлементиран на правилен начин, ќе биде зголемена ефикасноста на управувачкиот процес.

Summary

Managing is like investing, resources are being invested so that aims are accomplished more efficiently. Hierarchy doesn't imply existence of management, every employee has available resources – time, skills, strength, organizational ability etc.

Managing with organization is a complex task which in today's condition is hard to be done by one man, that is why by rule managing in big organisation is given to a group of people, managers that must have certain knowledge, experience and skills needed for successfully doing their tasks.

The informal organization from manager's point of view presents powerfull resourse for solving current issues.

When the manager wants the company to be successful, all the given resorses have to be used, and the informal communication system is one of the key elements in doing that. If that system is implemented in a right way, the efficiency of the managing process will be increased.

Kay words: *informal organsation, management, organisational structure*

Литература

1. Bohlander, G.W&Snell,S: Managing Human Resource, Thomson South-Western, 2004
2. Conway S., Productivity Evolution: "From knowledge work to Information work", 2003
3. Cray,D.&Mallory,G.R.:Managing Culture, Carleton University& Open Univerzity, Canada, 2002
4. Davenport Th.H.: What are high-end knowledge workers and why study them? Accenture Institute for Strategic Change, August 28, 2001
5. Drucker P.: Menaging In the next society, Truman Talley Books, 2002
6. Јаќовски Б.&Петреска Л.: Организирање и контрола на маркетинг активности, ЕУРМ, Скопје, 2010
7. Карпати Т., цитирано кај Јаќовски Бошко, Маркетинг, Економски факултет- Скопје,1991
8. Mintzberg H,: Managing, Beret-Koehler Publishers, 2009
9. Govidarajan,M.&Natarajan,S.: Principles of management, Prentice-Hall, India, 2005
10. Наумовска, Л.**:** Менаџмент на човечки ресурси, ЕУРМ, Скопје,2008
11. Наумовска, В.**:** Менаџмент и мотивација, ЕУРМ, Скопје, 2008
12. Петревска,Р.&Димков, Д.&Тодоров,Т.**:** Поимник на економски и берзански термини, Скопје, 2004
13. Петреска,Л.&Конеска,Љ.**:**Деловно планирање, Прв Приватен ЕУРМ, Скопје, 2006
14. Тодоров,Т&Топаловска,М: Менаџмент и менаџери, Европски Универзитет, Скопје, 2007

005.73(100)

Проф. д-р **Лидија НАУМОВСКА**

ОРГАНИЗАЦИСКАТА КУЛТУРА, ПРИЧИНА ЗА НЕУСПЕХ ВО МНОГУ КОМПАНИИ

Апстракт

Организациската култура во фирмата ја создава основачот или најстариот менаџер. Таа произлегува од она што тој го има направено во минатото и степенот на успех што организацијата го имала во тој период. Причини за тоа се што основачот имал визија да ја создаде компанијата, се жртвувал целосно да ја направи успешна и смета дека тоа му дава потполно право да се однесува така како што тој замислил до крајот на неговиот живот.

Но, условите за работа се променливи. Секој менаџер мора да ги следи и да се приспособува на нив.

Основачите ги вработуваат и ги задржуваат само вработените кои размислуваат (дури и изгледаат) како нив. Потоа, тие ги социјализираат овие вработени со нивниот начин на работење. Така личното однесување на основачите претставува модел кој вработените го следат а со тоа и во себе ги всадуваат нивните уверувања, вредности и цели. Организациските култури вршат голем притисок врз вработените за да се прилагодат. Тие ги лимитираат границите на вредностите и стиловите на поединците.

Значи, кога организацијата ќе успее, тогаш целокупната личност на основачот станува дел од културата на организацијата. Тогаш организациите го добиваат чувството дека се неранливи. Во светот и кај нас постојат бројни компании кои не го одржале првобитниот успех поради својата ароганција. Мицубиши, Хонда[1] и Тојота[2] се примери од светот, а кај нас ќе го разгледаме примерот на Годел.

Клучни зборови: *организациска култура, креативност, трошок, основач, ароганција;*

[1] Katsuhico Kawasoe- jpg. http://www.webtrade.com.au/p76/news_articles/drive1.htm

[2] Mitsubishi Motors – http://jalopnik.com/cars/bydate/2005/03/

Вовед

Во време на рецесија, менаџерите прво што прават посегаат по намалување на трошоците во организацијата. Тие сметаат дека најлесно од сé е да се ослободат од одреден број на вработени. Тие почнуваат да размислуваат на начините за отпуштање, кого да го отпуштат, како да му соопштат, кои ќе бидат последиците за фирмата. Нивните емоции се менуваат. Притиснати од бремето на обврските, менаџерите чувствуваат омраза кон своите вработени. Тие почнуваат платата да ја сметаат за обврска која ќе ја исполнат само заради тоа што тие сакаат, а никој не ја заслужил. Се создава една организациска клима на непријатност, страв од двете страни, работниците дали ќе ја земат следната плата, а менаџерите (сопствениците), дали ќе имаат пари за следната плата. И во таквото расположение, продуктивноста уште толку се намалува, клиентите ја чувствуваат таа клима, која им создава несигурност и нив, и почнуваат да бараат други извори на потребата која ја задоволувале во таа организација, услуга или производ.

Сето ова придонесува за намалување на капацитетите на фирмата и нејзино брзо пропаѓање.

За да не се случува тоа, вработените треба да се третираат како богатство на фирмата, а не како трошок. Менаџерите и вработените треба заедно, во една пријатна атмосфера да ги решаваат проблемите кои надвиснале над фирмата.

Тезата на овој труд е дека една од причините за неуспешното македонско стопанство е токму организациската култура во фирмите.

Организациско однесување потреба на секој менаџер

Однесувањето на луѓето во формалните организации има огромно влијание врз многу аспекти од нашиот живот. Секој вработен поминува 8 работни часови во организацијата, а ако на тоа го додадеме транспортот од и до дома, јасно ќе видиме дека еден огромен дел од животот човекот го поминува таму каде што мора, а не таму каде што сака. Современите концепти на управување со организациите се стремат ова време да биде што поубаво поминато, а истовремено организациите да бидат што поефикасни. Науката што се занимава со однесувањето на луѓето во формалните организации се вика организациско однесување. Таа го третира поединецот,

групите и организациите во нивното однесување[3]. На индивидуално ниво се земаат во обзир вредностите, ставовите, емоциите, карактеристиките на личноста, темперамент, карактер, интелигенција, потреби, перцепција, атрибуција, одлучување, мотивација. За однесувањето на групите и тимовите, важно е како тие се формираат и како функционираат под водство на лидерите, нивната моќ, синергизмот, конфликти. На организациско ниво ефикасната работа на организациите зависи од поставената организациска структура, организацискиот дизајн, комуникациите во организациите, како и организациска култура и организациска клима.

Организациска култура, најсуптилен дел од организациско однесување

Организациската култура е карактеристичен дух и верување на една организација , кои се демонстрираат преку норми и вредности, што луѓето во таа организација вообичаено ги почитуваат, а им покажуваат како треба да се однесуваат еден кон друг, какви работни односи треба да се развиваат и како да се менуваат ставовите.[4]

Вработените ја учат културата во организацијата со **приказни**[5] кои се поврзани со основачот и неговите успеси, падови, искуства, грешки, унапредувања, кои им останале во спомен на вработените. Приказните ја создаваат сегашноста, со помош на минатото.

Ритуалите се исто така елементи на културата и тие се повторливи дејства кои ја изразуваат основната вредност на компанијата, кои цели се важни, кои луѓе се важни а кои не се. Еден од најпознатите корпоративни ритуали се годишните средби на Zepter, состаноците се во големи сали пред бројна публика. Продавачките се наградувани со различни подароци, злато или финансиски награди ако ја надминале квотата на продажба. Ова шоу претставува техника за мотивирање на продажбата. Но, тоа е и еден од главните ритуали на фирмата, кое вработените цела година го исчекуваат.

Материјални симболи како изглед на зградата, техничка опременост, големина и уредување на канцеларии, бои, слики, автомобили се дел од елементите кои ја создаваат организациската култура, со кои се

[3] Kreitner,R.Kinicki,A. Organizational behavior, Arizona University, Irwin, Burr ridge,1992, Ilinois

[4] Torrington D., Hall L., Taylor S., "Human resource management", 7th Edition, Financial Times Management, Prentice Hall, Edinburg, England, 2008

[5] Beyer J.M., Trice M. H., : How an organization's Rities Reveals Its Culture, American Management Associoation, New York, 1997

покажува што е вредно за фирмата. Овие материјални симболи му покажуваат на вработените кој е важен, степенот на еднаков третман креиран од топ менаџментот и видовите на однесување (преземање ризици, конзервативност, авторитет, принципиелност, индивидуалност, социјалност), однесувањата кои се соодветни за компанијата.

Јазикот со кој се изразуваат вработените и жаргонот се дел од културата. Пример, разни скратеници, АППР, ДДВ, БДП, непосредност во изразувањето, или формалност во обраќањето и др.

Етичката клима и **организацискиот код** се многу важни за организациска култура. Високо етичко однесување со чисти визии и почитување на клиентите и вработените од страна на менаџерскиот тим, создаваат висока организациска култура и чувство на припадност.

> Корпорацијата Енрон која во 2001 година стана најголема банкрот фирма во историјата на САД, не пропадна само поради несоодветни сметководствени зделки (иако тие ја имаат најголемата вина). Оваа фирма пропадна и поради својата култура која ги втурна своите директори во неетичко однесување.
>
> Во деновите кога фирмата беше на својот врв, јавноста ја подржуваше нивната култура: паметни, креативни и подготвени на ризик. Кога фирмата пропадна, анализата покажа дека таа култура била само привид на неетички однесувања. Сето тоа започнало кога врвниот менаџмент бил притиснат со постигнување на нереални профити. Бидејќи тие не можеле да се постигнат, тоа го постигнале со сметководствено прикривање на загубите кој создал круг на вработени кои го премолчувале ова неетичко однесување. И додека другите вработени тоа го забележале, од страв премолчувале бидејќи стравувале од последиците по нивното работно место. Истите, поради тој став биле наградувани и се повеќе се поддржувале оние кои можеле да се купат по пат на бонуси и се повеќе владеело уверувањето дека „ парите се сé и дека лојалноста може да се купи со пари. „На овој начин се стеснувал и кругот на луѓе кои биле вмешани, а се помалку се обрнувало внимание на работниците кои ја спроведувале работата. Јазот меѓу нив станал премногу голем[6].

Организациски дизајн со кој се дефинира организациска структура на фирмата е средство со кое се компонира организациската култура. Најпрепорачлива е рамна (flat) структура, во која секој вработен има право да комуницира со својот претпоставен, а одлуките се донесуваат со консензус. Партиципативниот менаџмент со кој секој вработен може да

[6] Nordstrom K., Ridderstrale J., "Funky Business", Financial Times Management, Prentice Hall, Edinburg, England, 2000

учествува во донесување на одлуките, сечие мислење да биде ислушано, се менаџерски алатки за формирање здрава организациска клима и култура[7].

Лидерството како фактор е меѓу најважните причини за успех на компанијата, особено, трансформационо, трансакционо и харизамтично лидерство.

Чувството за перцепција и атрибуција на вработените никој не може да го сопре. Дури и тајноста во **наградувањето** ќе најде пукнатини за да се информира неправедно награденият вработен. Тогаш тој станува „нагрден" и секако не може да се вклопи во лажната култура. Значи, **системот на наградување** е еден од најбитните карактеристики на здрава организациска култура.

Почитувањето на емоциите на вработените како и емпатијата со кои може да се разбере однесувањето на вработените, се развива во современите организации како нов модел со кој не се занимавале длабоко рационалните историски организации. Но, современиот менаџмент ги почитува овие принципи со кои луѓето се развиваат и го постигнуваат својот целосен потенцијал. Така полесно се запознаваат и се вреднуваат луѓето, зошто се прифаќаат такви какви што се.

Конкурентските предности на организацијата не се веќе материјалните ресурси, туку човечките. За да се развие конкурентска предност мора да се негува организациска култура во која луѓето се најглавниот потенцијал на фирмата.

Затоа, **довербата кон вработените, отвореноста и искреноста** се најважните елементи на современиот концепт на организациска култура. Спиритуалноста во организациите е позитивно поврзана со креативноста, работната сатисфакција, тимската работа и организацискатa посветеност.

Менаџерите во таквите компании се блиски со своите вработени, со потрошувачите и снабдувачите. Со тоа се развива и **синергизмот** на вработените.

Видови на организациска култура

Во литературата[8] се идентификуваат четири различни типови на организациска кутура, во однос на поимите: социјалност и солидарност.

[7] Robbins.S. Organizational behavior, 9-th Edition, Upper Saddle, River, Prentice Hall, New Jersey, 2003

[8] Jucius,M., Personnal Management, 6-th Edition, Irwin Inc. Homewood, 2001,

1. Мрежна култура (висока социјалност, ниска солидарност) Овие членови на организации се фамилии и пријатели- тие се знаат и се сакаат меѓу себе. Несебично си помагаат и заеднички располагаат со информациите. Најголем негативен аспект е што се фокусираат на пријателство и би можеле премногу да се толерираат.

2. Мерценарна култура (ниска на социјалност , висока на солидарност). Овие организации се фокусирани кон целта. Луѓето интензивно работат да стигнат до целта. Ги работат работите брзо и имаат силно чувство за цел. Оваа култура не е само за победување туку и за уништување на непријателот. Се фокусираат на целта и имаат мал степен на политика. Оваа култура има дури и нехуман третман кон луѓето со лоши перформанси.

3. Фрагментирана култура (ниска социјалност, ниска солидарност) . Овие организации се направени од индивидуалисти. Тука има мала или воопшто нема идентификација со организацијата. Во оваа култура вработените се грижат за продуктивноста и за квалитетот на нивната работа. Негативност во оваа култура се критиките кон другите и отсуство на колегијалност. Пример, професори на факултети, адвокати.

4. Комунална култура (висока социјалност и висока солидарност). Оваа последна категорија го вреднува и пријателството и перформансите. Луѓето имаат чувство дека таму припаѓаат. И сепак се фокусираат на целта. Водачите на овие култури се инспиративни и харизматични со јасна визија за организациската иднина. Единствена лоша страна на оваа култура што таа им го зема целосно животот на вработените.

Unilever[9] и Heineken се примери на мрежна култура. Heineken на пример има преку 30 000 вработен но, се уште го задржува чувството на пријателство и фамилијарност што е типично за малите фирми.[10] Компанијата има крајно социјална култура, што дава силно чувство на припаѓање и често страсна идентификација со продуктот.

Организациска култура е збир на културите на поединците

Секој поединец доаѓа во фирмата со своја лична социјална култура, врз база на своите ставови и вредности формирани во семејството, училиштето, улицата.

[9] www. Unilever. com
[10] www. Heineken. com

Организациската култура е збир на културите на поединците. Но и секоја организација си има своја култура. Може да постојат две организации кои се занимаваат со иста дејност, но нивните култури се различни. Значи тоа зависи од самите вработени. Успешни, услужно ориентирани фирми на пример, вработуваат личности кои се отворени и пријателски расположени. Во такви организации има низок степен на формалности, зошто на вработените им е потребно слобода и моќ за да ги услужат и им удоволат на своите клиенти. Строги правила и процедури го отежнуваат овој процес. Вработените мора да имаат висока сопствена социјална култура и граѓанско однесување. Ако менаџерот на таква организација не го разбира тоа, секако фирмата нема да постои долго на пазарот.

Карактеристики на организациската култура се[11]: иновации и преземање ризик, внимавање на детали, цел на фирмата, колку е таа човечки ориентирана, тимска ориентација, агресивност и стабилност. Доколку се споредат присуството на овие елементи во организацијата, може да се процени колку таа има сопствена култура.

Совладување на погрешната култура[12]

Луѓето и настаните го прават поголемиот дел од културата на организацијата. Настаните од минатото и луѓето кои учествувале во нив продолжуваат да влијаат на културата на организацијата со години. Да се промени културата базирана на настани и луѓе од минатото, може да биде тешка задача. За да се илустрира ова ќе се послужам со еден пример од литературата кој ми остави силен впечаток[13]. Вакви примери има многу во моето работно искуство, но во мала земја како нашата тие се живи и веднаш ќе се препознаат. Последиците од тоа можат да бидат „не научни“.

> Производител од Top 500 Fortune имал историја на слаб квалитет, непријателски работни односи и ужасна продуктивност. Компанијата, со цел да ги подобри сите овие аспекти, ангажирала консултант со цел да им помогне да ги разрешат проблемите и да развијат нова, попродуктивна клима.
>
> Консултантот ја започна својата работа преку разговор со вработените. Тие со нетрпение му кажаа за Сем, менаџерот на фабриката

[11] Груевски,Д.,Марковска,М., Организациско однесување, прво издание, ЦИМ, Скопје, 2009

[12] Наумовска,Л. Менаџмент на човечки ресурси, Европски Универзитет, Скопје, 2008

[13] Harris O.J., Hartman J.S.: “Organizational behavior”, Haworth Press Inc., Binghamton, New York, 2002, стр.99 - 100

кој што беше горила од 150 кила со тенденција да направи Кинг Конг . Еднаш, Сем го прегледувал преносот и завршил со тоа што го искршил на делови. Работник кој еднаш бил повикан во канцеларијата на Сем бил толку нервозен што повратил по пат дотаму. Другпат, Сем се возел со својата кола во фабриката, се качил на кровот на својата кола и почнал да им вика на неговите работници. Еден работник, не можејќи да поднесе повеќе, истурил бензин и ја запалил неговата кола.

Консултантот, откако ги дослушал овие приказни за Сем, бил стаписан и закажал состанок за да се види со менаџерот на фабриката. Кога влегол, зад бирото видел човек со пријатен изглед. Неговото име беше Пол. *"Каде е Сем?"* праша консултантот. Пол, изгледајќи збунето одговори, *"Сем е мртов веќе 9 години."*

Тогаш, консултантот сфатил дека проблемот околу подобрување на работата и менувањето на ставовите и перцепциите на вработените ќе биде тешко. Пол, обидувајќи се да внесе смисла за фер однесување и партиципација, се бори со силна историја на малтретирање и автократија кои биле наметнати од Сем и слични како него.

За да се справи со овој проблем од минатото, Пол и неговите 8 супервизори седнаа со групи од 8 до 10 работници да дискутираат за Сем и за минатото на фабриката. Покрај тоа, Пол во голема мера се обидуваше да избегне да ги прави работите онака како што тоа го правел тоа Сем. Тој понекогаш не можеше да предвиди како неговите постапки ќе ги потсетат другите на културата која што ја имаше воспоставено Сем. Еднаш на пример, неочекувано покажа кон работник, наредувајќи му да ја фрли пластичната чаша што се наоѓаше блиску до една машина. Останатите работници, сеќавајќи се на омразениот Сем помислија нешто како *"Ах, ист е како Сем, тој е материјалистички тиранин."* За Пол ќе беше подобро самиот да ја фрлеше чашата – мала работа, но сепак таа и уште илјадници мали суптилни пораки ќе помогнат да се трансформира културата во повеќе поддржувачка партиципативна клима.

Од времето кога консултантот беше таму, на Пол му беа потребни 4 години за успешно да ја трансформира културата.

Организациската култура е специфична за секоја организација

Целта на истражувањата на организациската култура е да се види како вработените ја гледаат својата организација преку личната перцепција и дали се задоволни што припаѓаат таму. Од тоа зависи дали тие ќе го дадат својот максимум за да ја подобрат и одржат продуктивноста и ефикасноста на фирмата, истовремено подобрувајќи ја лојалноста, присуство на работа, флуктуацијата. Значи, посебен податок за висока култура е нискиот степен

на заминување од организацијата. Задоволството од работата се мери со оценување на вработените, правилно наградување и нивните очекувања. Културата создава основа за меѓусебно разбирање, како се извршуваат задачите, на кој начин да се поттикнат вработените и како да се однесуваат.

Во зависност од силата на организациската култура се влијание на однесувањето и ставот на членовите на организацијата.

Организациската култура ја поставува разликата меѓу една и друга организација. Таа за членовите во организацијата создава чувство на идентитет. Помага во создавање на посветеност поголема од онаа што е од личен интерес на работникот. Ја подобрува стабилноста на социјалниот систем и ја држи организацијата во една компактна целина. Културата служи за создавање на контролен механизам, таа ги насочува ставовите и однесувањето на вработените и таа претставува карактеристика на организациите.

> Harvard и MIT се во истиот бизнис – образование и се разликуваат едноставно од ширината на Charles River, но секоја од нив има единствено чувство и карактер над нивните структурни карактеристики.
>
> Европски Универзитет и ФОН исто така ги дели Вардар, но секој од нив има своја специфична организациска култура.

Секоја организација развива основен збир на претпоставки, разбирање и јасни правила кои го насочуваат секојдневното однесување. Кој ќе добие работа во организацијата, кој ќе биде унапреден и кој ќе биде награден зависи од компатибилноста на релација личност – организација. Ако во фирмата сопственикот или главниот менаџер, кои ја креираат културата во компанијата се со одреден карактер, тие вработуваат луѓе исти како нив. Секое несогласување од нивниот концепт носи одреден отпор и нивно незадоволство, особено ако се агресивни. Познавам и фирми во кои луѓето физички потсетуваат на сопственикот. Несигурни менаџери вработуваат исто така луѓе како нив, тие не можат да се справат со агресивноста. Затоа таквите компании кои израснале поради добра идеја, нема кој да ги води.

Постојат и компании кои вработуваат и луѓе поради одреден физички изглед, на пример високи или ниски, но секако исти како нив.

Значи, силните култури многу често ги елиминираат оригиналните однесувања што ги внесуваат разновидните вработени. Тие стануваат нечувствителни кон луѓето кои се различни од другите или од нив.

Од ова се наметнува прашањето:

Кој ја формира организациската култура?

Организациската култура ја создава основачот. Таа произлегува од она што тој го има направено во минатото и степенот на успех што организацијата го имала во тој период. Причини за тоа се што основачот имал визија да ја создаде компанијата, се жртвувал целосно да ја направи успешна и смета дека тоа му дава потполно право да се однесува така како што тој замислил.

> Културата на Hyundai[14], корејскиот гигант, е голема рефлексија на основачот Chung Yu Sang. Силата на Hyundai, натпреварувачкиот стил, дисциплината, авторитетната природа, се карактеристики кои се употребуваат да го опишат Chung. Други основачи кои имаат неизмерливо влијание во нивните организациски култури биле, Bill Gaits во Microsoft, Akio Morita во Sony, David Packard во Helved Packard, Hark Keller во South West Airlines, Fricke Smith во Federal Express, Marry Kay во Marry Kay Cosmetics, и Richard Barson во Virgin Group.

Затоа, основачите ги вработуваат и ги задржуваат само вработените кои размислуваат (дури и изгледаат) како нив. Потоа, тие ги социјализираат овие вработени со нивниот начин на работење. Така **личното однесување на основачите претставува модел** кој вработените го следат а со тоа и во себе ги всадуваат нивните уверувања, вредности и цели. Организациските култури вршат голем притисок врз вработените за да се прилагодат. Тие ги лимитираат границите на вредностите и стиловите на поединците.

Но, менаџерите не може да си дозволат да имаат пасивна улога и да остават културата да се развива природно, затоа што доста често тоа резултира со негативни пораки. Во менаџирањето на културата, менаџерот треба да направи неколку работи:

Менаџерот треба да им стави до знаење на работниците што се цени, а потоа да ја награди работата што ги поддржува организациските вредности. На пример, ако во организацијата се смета дека услугата спрема потрошувачите мора да биде највисок приоритет, тогаш сите во фирмата мора да го почитуваат ова правило и на сите вработени треба да им се кажат очекувањата од нив. Ако се очекува, да издвојат повеќе време во објаснувањето како некој производ работи, тоа мора да им се каже. Кога вработените ќе го постигнат тоа што се очекува од нив, треба да се наградат со пофалби и бонуси. Не треба да се испраќаат контрадикторни пораки, како на пример да им се кажува да посветат повеќе време на потрошувачите, а потоа да бидат наградени оние кои користат тактики за да ја завршат

[14] http://www.northstone-ni.co.uk/interactive-map/

работата побрзо. Луѓето го работат она за што се наградени, а не она за кое ние се надеваме дека ќе го направат. И, покрај тоа, однесувањето на менаџерот мора да биде конзистентно со културата која што се гради во фирмата. Ако се очекува вработените да ги третираат потрошувачите со почит, тие мора да го слушнат менаџерот дека ги третира потрошувачите на ист таков начин.

Арогантноста како карактеристика на организациската култура - примери

Значи, кога организацијата ќе успее, тогаш целокупната личност на основачот станува дел од културата на организацијата.

Тогаш организациите го добиваат чувството дека се неранливи. Во светот и кај нас постојат бројни компании кои не го одржале првобитниот успех поради својата ароганција. Мицубиши, Хонда и Тојота се примери од светот.

Во Македонија познат е примерот на Годел.

Во 80-тите Годел беше на врвот на успешните компании. Имаше огромно производство на кожа, крзно и готови производи, чевли, чанти, јакни. Имаше фабрики во Скопје, Тетово, Делчево, Куманово. Вработуваше близу 5000 луѓе. Во својот состав ги вбројуваше: кошаркарскиот тим Работнички, хотели во Маврово, на управување му беше доделен ски-центарот во Маврово, спортска сала.

Вработените беа презадоволни. Големи плати, бенефиции, евтини летувања, зимувања, ски-карти, билети за кошаркарски натпревари, пакетчиња за децата за Нова Година, пакет сувомесни производи, пакет портокали, книги за децата на вработените до осмо одделение, попусти во продавниците.

Сето тоа го создаде менаџерскиот тим начело со генералниот директор.

Организациската структура беше функционална.

Генералниот директор имаше двајца помошници.

Следното ниво во хиерархијата беа директори на сектори: технички директор на производство, комерцијален директор на набавка, на продажба, финансиски директор, директор на заеднички служби, директор на малопродажба.

Управувањето беше автократско. Хиерархијата мораше да се почитува. Никој не смееше да каже свое мислење, кое е различно од мислењето на Управниот одбор...

Сé беше убаво и никој не мислеше каква организациска култура е потребна во фирмата. Ситните незадоволства се решаваа преку материјалните задоволства.

Но, како што вели Ерих Фром[15] во Човековото срце, во статијата За Непослушноста, кога ќе дојде првиот проблем се гледа каква била всушност атмосферата. Тогаш секој кој не бил удостоен во убавите времиња, враќа со непослушност. Така се случи и во Годел.

Во средината на 90-тите, глобализацијата почна да се чувствува и во Годел. Големите купувачи почнаа да се преселуваат во поранешните социјалистички држави, каде што работната сила беше поевтина од кај нас, Бугарија, Чехословачка, Романија. И не само тоа, нивниот квалитет беше посолиден. Работниците имаа поголема дисциплина.

Во тоа време почна распаѓањето на Советскиот Сојуз, како еден од најголемите пазари на Годел. Таму настана голема сиромаштија, се издвоија два вида на потрошувачи, оние кои не можат да купат ништо, а не чизми од Годел, и оние кои можат да си купат италијански чизми.

Менаџментот го направи првиот чекор за намалување на трошоците: ги намали платите и предложи рационализација на работните места, односно отпуштање преку технолошки вишок, со отпремнина од неколку плати.

Во фирмата настана нервоза, непочитување, страв, омраза. Се дигнаа штрајкови. Неработењето придонесе и онака лошата ситуација да стане уште полоша. Набрзо се виде дека менаџментот подолго време се бори со кризата, зашто целиот имот беше ставен под хипотека. Во 1999 г. фирмата влезе во банкрот и стана еден од дваесетте загубари во Македонија. Подоцна беше продадена, а до ден денес не проработи.

Сметам дека фабриката можеше да се спаси, доколку владееше поинаква култура. Никогаш не се почитуваше мислењето на поединецот. Менаџерите дури „знаеја“ подобро да ги возат и фабричките автобуси. Знаеја се, а не знаеја како да ги споделат проблемите со вработените, како да ја искористат креативноста на вработените, какви промени да предложат, се „срамеа“ да отуѓат барем еден објект, а со парите да ја ревитализираат фабриката, да освојат нови пазари и нови производи. Беа веќе уморни, а не дозволија никој друг да направи нешто.

[15] Фром. Ерих, Човековото срце, За непослушноста, Скопје

Дали историјата се повторува? Дали рецесијата ќе не збогати со уште поголем број на вакви искуства или ќе ги научат лекциите од туѓи, а не од сопствени искуства?!...

Заклучок

Оригиналната организациска кутура е производ од филозофијата на основачот. Тој силно влијае на критериумите при вработувањето и промоцијата на вработените. Најчесто најголеми награди добиваат тие вработени, чии вредности и ставови се совпаѓаат со оние на основачот. Сето тоа е добро додека фирмата работи профитабилно и со успех.

Но, во време на глобални промени и голема конкуренција, се јавува потреба да се слушнат сите во фирмата. Креативноста и инвентивноста на вработените тогаш доаѓа до израз. Ако и тогаш остане арогантноста на основачот или главниот менаџер, фирмата банкротира, зашто не е конкурентна. Нема некој што може да ги спроведе промените, кои се неминовни.

Такви примери има многу во светот, а особено кај нас, зашто социјалната култура на граѓаните е на доста ниско ниво.

Resume

The original organizational culture is a product of the founder's philosophy. This has strong impact on the criteria during the employment and the employees' promotion. Usually, the employees who align their values and attitudes with the founder's are the ones who get the biggest compensation packages. Until the firm is working profitably and successfully this is quite well.

But, in time of global changes and strong competition there is a need for continuous communication with everyone in the firm. Then, creativity and invention has its biggest expression. If the founder or the executive manager still has its arrogance, then the firm can go in bankruptcy, because it's not competitive enough. What's more there is no one who can implement the changes, which are inevitable.

All over the world there are that kind of examples, especially in our country because of the low level of our social culture.

Литература

1. Beyer J.M., Trice M. H.,:“How an organization’s Rities Reveals Its Culture”, American Management Associoation, New York, 1997
2. Harris O.J., Hartman J.S.: “Organizational behavior”, Haworth Press Inc., Binghamton, New York, 2002, стр.99 - 100
3. Jucius,M.,:“Personnal Management”, 6-th Edition, Irwin Inc. Homewood, 2001,
4. Kreitner,R. Kinicki,A.:“Organizational behavior”, Arizona University, Irwin, Burr ridge,1992, Ilinois
5. Nordstrom K., Ridderstrale J.,:“Funky Business”, Financial Times Management, Prentice Hall, Edinburg, England, 2000
6. Robbins. S.:“Organizational behavior”, 9-th Edition, Upper Saddle, River, Prentice Hall, New Jersey, 2003
7. Torrington D., Hall L., Taylor S., “Human resource management”, 7th Edition, Financial Times Management, Prentice Hall, Edinburg, England, 2008
8. Груевски,Д., Марковска,М.,: “Организациско однесување”, прво издание, ЦИМ, Скопје, 2009
9. Наумовска,Л.: “Менаџмент на човечки ресурси”, Европски Универзитет, Скопје, 2008
10. Mitsubishi Motors – http://jalopnik.com/cars/bydate/2005/03/
11. Фром. Е., “Човековото срце, За непослушноста”, Скопје
12. http://www.webtrade.com.au/p76/news_articles/drive1.htm
13. http://www.northstone-ni.co.uk/interactive-map/
14. http://www.heineken.com
15. http://www.unilever.com

334.722 : 005.62(100)

Проф. д-р **Ленче ПЕТРЕСКА,**
Асс. м-р **Сашо НЕФОВСКИ**

ИНТРАПРЕТПРИЕМНИШТВОТОТО КАКО БИЗНИС МОДЕЛ НА УСПЕШНИТЕ КОМПАНИИ

Апстракт

За да има ефикасен натпревар во динамичниот и брзо - променлив светски пазар, компаниите усвојуваат иновативни и повеќе претприемнички пристапи за менаџирање на сопствените организации. Еден од овие пристапи е развојот на претприемништво внатре во самото претпријатие, генерално познато како внатрешно претприемништво (интрапретприемништво).

Во овој труд е дефиниран концептот на внатрешното претприемништво, особено разликата на развој на претприемничката пракса во големите претпријатија и во новите сегменти на компаниите. Се анализираат бариерите кои постојат при креирањето на интрапретприемничка култура внатре во корпорациите и ги разгледува извесните главни фактори кои водат кон создавање на клима за внатрешно претприемништво во постојните организации. Конечно се прави анализа за специфичните карактеристики на интрапретприемачите и се споредуваат карактеристиките на менаџерите на корпорациите и претприемачите.

Целта на овој труд е да се направи детална анализа за суштината на интрапретприемништвото, но и карактеристиките кои ги поседува овој модел на организационо делување во организацијата.

Методи и техники кои се користени при истражувањето на оваа студија на случај се: методата на индукција и дедукција и компаративен метод.

1. Интрапретприемништво – поим и извори

За да бидат во тек со промените, големите претпријатија во голема мера го прифаќаат иновативниот и претприемнички пристап од страна на менаџментот внатре во нивните организации. Еден од овие пристапи е развој на претприемништво внатре во постојното окружување на претпријатието, познато како интрапретприемништво, што претставува обид да се интегрира

сила на мало претпријатие (како што се креативност, флексибилност иновации и поголема близина со пазарот), со пазарно моќни и финансиски извори на големите компании – иако постојат сомневања дали ова може да се постигне со успех или ова може да биде само уште една „мода“ прифатена од страна на големите компании.

Постојат голем број на дефиниции за интрапретприемништвото. Како и да е во поголемиот број од истите се прави обид да се опише активноста на сопственикот/менаџерот на самата компанија. Со зголемување на бројот на менаџери и професионалци кои воспоставиле мали и нови бизниси во рамки на стари и постоечки компании во текот на седумдесеттите години, изразот претприемач е пронајден за да се опишат оние индивидуалци кои функционирале како претприемачи внатре во постојните компании. Тоа се луѓе кои поседуваат претприемнички карактеристики, а со тоа воедно претставуваат претприемачи во поголема фирма. Со еден збор кажано интрапретприемачи[1].

Во текот на осумдесеттите години, кога повторно настанала наклонетоста кон претприемачите, концептот е повеќе развиен за да го опише однесувањето на претприемачите внатре во големите компании, отколку да говори за воспоставувањето на малиот бизнис внатре во големите организации. Pinchot вели: „Кога ќе ги погледнам успешните иновации во различните компаниите како што се Hewlett Packard, General Motors, Банка на Калифорнија, 3M, General Mills, Du Pont или AT&T, јас секогаш пронаоѓам мали независни групи на мешовити поединци кои спроведуваат акции на заобиколување или дури и саботирање на формалните системи кои, наводно, управуваат со иновациите. Овие храбри души формираат „илегални“ тимови и мрежи кои рутински ги криумчарат ресурсите на компаниите или „крадат“ време компаниите да работат на сопствените мисии. Тие доведуваат до тоа новите работи да се случуваат додека останатите кои се обидуваат да дојдат до иновации на официјален начин сè уште чекаат на дозвола за да започнат“.

Претприемништвото е најсилен израз на човековата индивидуална слобода за го оствари својот потенцијал, затоа што слободно и суверено располага со ресурсите и ги реализира идеите[2]. Современите сфаќања за претприемништво прават јасна разлика меѓу односот, пазар - претприемач и дејствување на претпријатието - претприемач. Во земјите со пазарен начин на стопанисување, претприемништвото и менаџментот влегуваат во редот на најзначајните фактори со силно влијание врз ефикасноста на вкупното

[1] Gifford Pinchot, *Intrapreneuring in action: a handbook of business innovation.* Berrett-Koehler Publishers, San Francisco, p. 31-38

[2] Morgan Stanley, *Entrepreneurial Leadership Program Facilitator's Guide*, ASPIRA, 2005

работење. Тука и се гледа важноста на интрапретприемништвото како модел за функционирање на големите компании.

Како и претприемништвото, изразот интрапретприемништво е користен со цел да ги опише различните организациони сценарија, како на пример[3]:

- Развој на ***претприемничка глобална клима*** на ниво на корпорациите;
- ***Интра-корпорациско групирање*** – креирање на нови групи внатре во постоечката организација, да се стимулираат или развијат нови производи или да се подобрат веќе постојните производи, вклучувајќи ги и автономните работни единици воспоставени во самата корпорација да креираат нови производи/пазари;
- ***Иницијативите на вработените*** во компанијата за преземање на некоја иновација е почесто креирана од страна на подредените отколку од страна на повисокиот менаџмент;
- ***Рационализација на работата*** вклучувајќи го и менаџерскиот кадар.

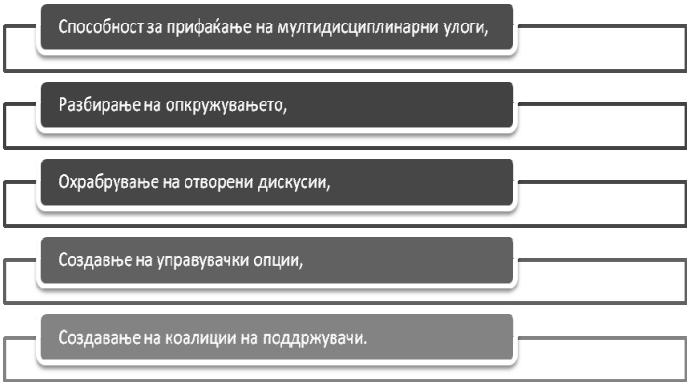
2. Карактеристики на интрапретприемачите - кој во суштина е интрапретприемач?

Како што сугерираат истражувачите, интрапретприемничките организации често им се потребни на новиот вид на луѓе кои можат да ги поврзат двата света на претприемништвото и корпорацијата. Во суштина, сите вештини кои ги карактеризираат интрапретприемачите се прилично различни од вештините кои се потребни или од традиционалниот корпорациски менаџмент или претприемачите, а разликите може да се видат во Табела 1. На пример, за разлика од претприемачите, на интрапретприемачите им е потребна вештина за изградба на тим и цврсто разбирање на бизнисот и пазарна реалност, а исто така се одликуваат и со особини на лидерство и брзо донесување на одлуки од страна на успешните сопственици-менаџери. Поради тоа, при развој на интрапретприемништво, задачата на менаџерите во организацијата е да ги идентификува оние индивидуалци кои поседуваат менаџерски способности да управуваат со проектите во самата голема компанија и претприемнички вештини преку кои би се водел проектот во реализација.

Менаџерските вештини кои се бараат од интрапретприемачот се прикажани на слика 1.

[3] Saetre, A.S. *Intrapreneurship*, Department for industrial economics and technology management, Norway, 2001 стр. 9 -12

Слика 1. Менаџерски вештини на интрапретприемачите



Извор: Bostjan Antoncic and Robert D. Hisrich, *Clarifying the intrapreneurship concept*, Journal of Small Business and Enterprise Development, Number 1, 2003, стр. 11

Постојат три основни карактеристики кои треба да ги поседува интрапретприемачот и тоа, тој да биде **техничар-инженер** - детално да ја познава техничката страна од бизнисот, и ако мора во критичен момент да засука ракави и да повлече. Исто така тоа е важно и заради контрола на квалитет. И друг битен момент е што технички компетентен менаџер го крева моралот во фирмата со самото тоа што авторитет му е со дополнително покритие. Исто така и тој треба да биде **менаџер** - ефикасно да раководи со секојдневните процеси. И како трето, тој мора да знае да биде **стратег** - да ја креира и модифицира долгорочната визија и краткорочниот фокус во зависност од условите и околностите кои му ги овозможува компанијата

Некои претприемнички вештини кои се бараат од интрапретприемачите се[4]:

1. Визија и флексибилност – интрапретприемачот мора да биде лидер на визии, личност која сонува „бистри сонови“ за воспоставување на нова успешна иницијатива. Интрапретприемничкиот лидер мора да има сон и да ги отстрани сите препреки за препраќање на тој сон на останатите во организацијата особено на оние со впечатливи позиции. Како и да е, додека интрапретприемачите се визионери, нивниот сон обично се темели на искуството во бизнисот.

2. Акција-ориентација – Интрапретприемачите веднаш започнуваат со работа, работат повеќе отколку што би трошеле време на планирање на развојот на идеите во детали. Често, тие не чекаат одобрување за да започнат

[4] Kamal Dean Parhizgar, Robert R. Parhizgar, *Analysis of strategic management of intrapreneurial venture capital and angel capital investments,* International Journal of Strategic Management, САД, 2008, стр. 52

со реализација на своите идеи. За разлика од менаџерите, кои често ги делегираат обврските на подредените, интрапретприемачите ќе бидат вмешани во бројните задачи кои се во врска со интрапретприемничкиот проект, ќе преовладуваат заради нивниот афинитет за претворање на нивните визии директно во реалност преку сопствениот напор.

3. Посветеност – Традиционалниот систем за развој на производи не може да се спореди со интрапретприемништвото од една едноставна причина – тој е премногу бирократизиран да би овозможил или охрабрувал посветеност. Традиционалниот менаџер ќе ги одвои маркетингот и технологијата, визијата и акцијата од останатите одговорности во одвоени работни активности што може да да ја одбие интрапретприемничката приврзаност, одговорност и возбудата која ја инспирира тоталната посветеност.

4. Истрајност во пребродување на неуспехот – Интрапретприемачот мора да истрае во периодот на фрустрација и појавување на препреки кои неизбежно се појавуваат во текот на креирање на нови иницијативи. Само преку истрајност новата иницијатива ќе биде креирана и доведена во фаза на комерцијализација. Важно е интрапретприемачите да гледаат на неуспехот како искуство преку кое ќе учат – привремен чекор преку кој идејата може да се подобри.

5. Поставување на цели кои може сам да ги реши – Интрапретприемачот често поставува лични цели за проектот, по радо отколку за корпорациските цели кои се поврзани со краткорочните потреби како што се на пример процедурите за известување. Овие цели често се поврзани со високи персонални стандарди. Ако интрапретприемачот добива мала сатисфакција се придржува на стандардите кои ги поставиле некои други.

Подолу е направена табеларна паралела на разликите помеѓу претприемачот и интрапретприемачот. Интересна карактеристика на македонските претприемачи, што секако треба да се спомне е тоа дека многу често тие самите се вклучуваат во изведување на работите. Ова се случува кога е потребно големо мајсторство, за да се изврши некоја работа или пак кога треба да се форсира работењето за изработката да се заврши на време. Како важен потенцијал за развој на претприемништвото кај нас се сметаат лицата кои биле на работа во странство, подолг временски период и кои што сега се вратени во земјава. Од нив може да се очекуваат бројни нови идеи за претприемнички активности, што до сега не биле застапени кај нас. Тоа се најчесто луѓе кои добро ги познаваат стопанските прилики кај нас и во светот имаат големо деловно искуство и добри врски, така што во ново настанатите прилики можат најдобро да се снајдат и да ги презентираат своите претприемнички потенцијали. Голем дел од нив, ваквото искуство го имаат стекнато во големите компании со претприемачки дух.

Табела 1. Претприемач vs. Интрапретприемач

Карактеристики	Претприемач	Интрапретприемач
Примарни мотиви	*Независен,креира можности, пари....*	*Независен, способност да напредува,добива награди...*
Временска ориентација	*5-10 години раст на претпријатието*	*Зависи од итноста да ги пресретне термините поставени од компанијата*
Активност	*Директна вклученост*	*Директнавклученост, повеќе од делегирање*
Ризик	*Преземач на ризик*	*Преземач на ризик*
Неуспех и грешки	*Работи со грешки и неуспеси*	*Се обидува да ги скрие ризичните проекти се додека не се готови*
Одлуки	*Го следи сонот и својата замисла во донесувањето одлуки*	*Способен да ги убеди другите за да ја оствари замислата*
На кого му служи	*На себе и на потрошувачите*	*На себе,потрошувачите и на спонзорите*
Односи со други	*Трансакциите како основа за односи*	*Трансакции во рамки на хиерархијата*

Извор: Robert D. Hicrich, *Enterpreneurship*, McGraw-Hill, Ohio, 1990, стр.218

3. Претприемнички и интрапретприемнички иницијативи

Интрапретприемништвото не значи само развој на мал бизнис во големите организации. Постојат значајни разлики помеѓу создавање на нови независни иницијативи и воспоставување на корпорациски иницијативи преку интрапретприемништво[5]. Ова е највпечатливо во поглед на околината на претпријатието, одлуката да се воспостави ново претпријатие, извор и инсталирање на технологија за набавки на средства и вработување.

3.1. Бизнис околина

Додека тимот на претприемачите внатре во новото претпријатие бара постепено разбирање преку кое ќе се развие ефикасни правила за водење на бизнисот, персоналот внатре во корпорацијата може да биде ограничен со

[5] Thornberry, N. E., *Corporate entrepreneurship: teaching managers to be entrepreneurs*, Journal of Management Development, p. 329-344

матичниот правилник на компанијата, кој допринел на претходните корпорациски и менаџерски успеси. Како резултат на тоа, корпорацијата во некои случаи ги ограничува новите иницијативи барајќи тие да се одвиваат под истите стари правила како и останатите развојни потфати во компанијата. Токму затоа, за да некоја интрапретприемничка иницијатива успее нејзината матична компанија мора да и ја гарантира бараната флексибилност за да се прилагоди на недефинираните пазари.

Во тој поглед, постојат воспоставени разлики во степенот на слобода која е потребна за секој тип на бизнис за да истиот развие одреден потенцијал. Додека корпоративните иницијативи (кога се составен дел од големите компании) мораат да се подредат во однос на матичните цели на компанијата, нова независна компанија е обично слободна да се натпреварува на било кој пазар, да развиваат производи и да искористат било каква технологија

3.2. Воспоставување на нови иницијативи

Еден од клучните извори за нов бизнис е адекватниот извор на финансии како на самиот почеток на бизнисот, така и за унапредување на бизнисот додека тој расте. Многу независни претприемачи ќе ги одберат таквите извори на финансии како што е различниот капитал или – бизнис ангелите - за ова финансирање. Таквиот вид на финансиери секоја година ќе прими голем број на бизнис планови на индивидуални претприемачи, од кои тие ќе изберат само неколку. Од друга страна, вишиот менаџмент на големите корпорации секоја година ќе разгледува само неколку предлози за внатрешна иницијатива. Доколку потенцијалниот независен бизнис е одбиен од страна на едниот од изворите на финансирање, тој секогаш може да се пријави кај друг, кој можеби подобро го разбира неговиот потенцијал. Во рамките на компанијата, одбиените идеи нема каде да одат, па така да проектот кој може да заживее никогаш нема да се оствари, додека претприемачот не ги земе работите во свои раце, преку напуштање на големата корпорација и започнување на нов независен бизнис.

Интрапретприемачот е потребно да биде амбициозен, упорен, храбар за пробив на иновативна идеја на конзервативен пазар, со аргументирана и изградена идеја, со организаторки и тимски способности, храбро да го изгради процесот од идеја до продукт. Тие при воспоставувањето на нова иницијатива ги разгледуваат сите можни понатамошни сценарија. При воведувањето на нов производ или услуга се согледува каква цел се сака да се постигне, дали е приемчив продуктот за клиентите, дали се штитат и се грижат интересите на клиентите, дали ќе постои изложување на ризик од прекршочни санкции од регулаторните органи итн. Начините за доаѓање до нови идеи се темелат на посета на меѓународни семинари, саеми, учества во работни групи за имплементација на нови светски технологии.

3.3. Извори и модели на финансирање

Износот за изворите на финансирање за секоја иницијатива може значајно да се разликуваат. Во големите организации, притисокот за краткорочна добивка може да доведе до преголемо финансирање во раната фаза на интрапретприемничката иницијатива. Како резултат на тоа интрапретприемачите се во искушение повеќе да ги насочуваат средствата во оваа фаза отколку да размислуваат за нова бизнис област. Ова може да доведе до тоа корпоративната иницијатива да биде уништена во раната фаза, затоа што топ менаџерите не ги остваруваат краткорочните резултати кои се очекувале. Од друга страна, финансирањето на раната фаза е обично ограничено на лични извори. Поради тоа претприемачите можат и да бидат помалку расположени да дозволат во раната фаза огромна количина на финансии за сопствен капитал, што може да го намали нивното учество во компанијата и на тој начин да ја намали контролата на менаџирањето на претпријатието. Кога станува збор за новите мали претпријатија, тие всушност се повеќе се обидуваат да бидат финансирани на „обртна“ основа отколку преку традиционално буџетирање и процес на алокација на ресурси на пример за развој на нови производи, или преку определување на нов директор или ко-основач како начин на привлекување на дополнителен капитал.

Интрапретприемничкиот процес во една организација треба да преставува перманентен процес на пренасочување, реалокација на финансиите, физичките и човечките ресурси од местата на општествената репродукција каде што тие недоволно и нерационално се користат, кон местата каде што ќе дадат далеку поголеми ефекти. Притоа, потребно е да се почитуваат сите ресурси, но посебно е важно правилното насочување на финансиите на самата организација. Правилното финансиско работење значи вкупен бенефит за целата организација.

Изворите на финансирање помеѓу независните и корпоративните иницијативи се разликуваат. Корпоративните иницијативи обично се ограничени на еден вид на извор на финансирање, а тоа е матичната компанија. Ако постојниот инвеститор не сака и понатаму да инвестира, претприемничката иницијатива може да дојде до нови извори кај нов инвеститор.

3.4. Помошен персонал

Големите компании регрутираат луѓе за внатрешни иницијативи на база на персоналот на матичната компанија во смисла на прекомпозиција и унапредување, повеќе отколку врз основа на реалните потреби и

иницијативата[6]. Наспроти тоа, независните и нови здружувања се обично составени од индивидуалци кои се желни за знаење и кои ја делат основачката визија.

Повеќето независни претпријатија имаат борд на директори кој е составен од секторските директори, искусни капиталисти од инвестициони претпријатија и други експерти. Овие луѓе обезбедуваат драгоцено и различно искуство во технички и пазарни погледи што се поврзани со иновациите. Во повеќето претпријатија каде не постои бордот на директори, очигледно недостасуваат изворите на продуктивни совети. Ако интрапретприемничкото претпријатие поднесува извештаи до менаџментот на традиционален хиерархиски начин, неговите интереси не се во доволна мера застапени во кругот на топ менаџментот.

4. Клима за интрапретприемништво во самата организација

Многу менаџери во корпорациите не се способни да бидат и успешни интрапретприемачи. Да се биде интрапретприемач не е нешто што може да се додели на индивидуалци од самата организација, како што е случај со некои други функции како што е финансиски контролор или маркетинг менаџер. Во многу случаи интрапретприемачите се самоизбрани, на пример, тие отстапуваат со идеи кои самите понатаму ги развиваат, често во сопственото слободно време. Интрапретприемништвото може да биде развиено во самата организација само заради креирање на правилна клима за такви поединци која е опишана во понатамошната разработка на овој труд.

5. Автономија на интрапретприемачкиот тим

Како што претприемачите имаат желба да бидат газди сами на себе со одговорности за судбината на нивната компанија, така и интрапретприемачите имаат желба да бидат единствено тие контрола за судбината на нивната поедина идеја.

Во многу ситуации, интрапретприемништвото е задушено во самата организација затоа што авторитетот кој е потребен за развојот на иновациите е често неколку нивоа над иноваторот и е со ограничен пристап. Ако задачата на интрапретприемачот е да работи внатре во големата организација, тогаш тој треба да има моќ да донесува одлуки во неговиот проект. Во развојот на идејата од првиот принцип па се до

[6] Brunaker, S., Kurvinen, J., *Intrapreneurship*, local initiatives in organisational change processes. Leadership and Organisation Development Journal, 2005, p. 118-132

комерцијализацијата, интрапретприемачот мора да ги прође бројните граници во самата организација. Овие граници се прикажани на слика 2.

Ако големата компанија сака да развие претприемачки дух, таа мора да воспостави окружување кое дозволува грешки и неуспеси во развивањето на нови, иновативни идеи. Ова е во директна спротивност со воспоставениот систем на унапредување и кариера во традиционалната организација без можности за неуспех во кој ќе постојат само неколку интрапретприемачки иницијативи, ако и воопшто постојат.

Слика 2. Граници на интрапретприемачката идеја во организацијата



Извор: проспособено според James C.S. Meng, Edward B. Roberts, *Understanding Barriers to Innovation and Intrapreneurship in an R&D Organization*, The International Center for Research on the Management of Technology, Cambridge, 2006, p. 6-8

Интрапретприемничката клима не би требало да биде воспоставена внатре во организацијата освен ако таа компанија има волја да инвестира пари и да не очекува повраток во наредните пет до десет години. Како што интрапретприемачите често во своето слободно време ќе работат на нивните нови идеи, така организацијата треба да обезбеди ресурси кои ќе бидат на располагање на тие индивидуалци, а се со цел идејата да дојде до пазарот што поскоро. Ова може да биде утврдено преку алоцирање на времето или изворите на финансии за интрапретприемачите. Кога идејата еднаш ќе се покаже како вредна за компанијата, изворите на финансии мора да бидат достапни со цел идејата да се развие до онаа точка до кога истата ќе биде прифатена од страна на компанијата. Или што е уште повеќе загрижувачко за компанијата, идејата може да биде развиена во конкурентска компанија или нов мал бизнис. Затоа, вистинските компании треба брзо да ја препознаваат вредноста на одредена идеја и безрезервно да ги отстапуваат постоечките ресурси за нејзина имплементација.

Поради фактот што интрапретприемништвото е релативно нов феномен, многу компании мораат се уште да развиваат системи на наградување кои се адекватни во поглед на плаќањето и унапредувањето.

Напорот на интрапретприемачите би требало да биде компензиран со бројни бенефити како што се:

- *Краткорочни варијабилни придобивки* – што вклучува делење на профитот, па на тој начин може да се фокусира вниманието на интрапретприемачот кон финансиските цели на корпорацијата;
- *Долгорочни варијабилни придобивки* – каде рамноправноста во сопственоста е средство за наградување на интрапретприемачот;
- *Образовни и здравствени придобивки* – преку плаќање на патувања, школарини и наставници за едукација и тренинг врзани за работата.

Од овде може да се заклучи дека корпоративното претпријатие би требало да подари повеќе внимание на интерната рамноправност на плата, отколку што тоа би требало да го прави мало независно претпријатие.

6. Бариери на интрапретприемништвото

Големиот бизнис ретко оперира со „интуитивно чувство“ на пазарот како тоа што го прават многу претприемачи. Наместо тоа, пред да се донесе било која голема одлука големото претпријатие собира големи количини на податоци, при што тоа не се користи само при донесување на рационални бизнис одлуки, туку и за користење на оправдување доколку одлуката не даде резултати. Ризичните одлуки обично се одложени до моментот додека не се најдат доволно јаки индикатори, или додека не се ангажира консултант за да обезбеди додатни совети и информации. Како резултат на таквата култура, големата компанија често ќе се соочува со потешкотии да привлече адекватни претприемачи.

Останатите бариери на интрапретприемништвото се следните[7]:

Традиционална корпоративна структура – хиерархиската природа на големите компании не е погодна за претприемачко однесување, со значајна дистанца помеѓу слојот на топ менаџментот и ниските слоеви на работна сила, што резултира со неосетлива врска помеѓу менаџментот и работниците.

[7] James C. S. Meng, Edward B. Roberts, *Understanding Barriers to Innovation and Intrapreneurship in an R&D Organization*, The International Center for Research on the Management of Technology, Cambridge, 2006, стр. 7-11

Корпоративна култура – природата на самата корпоративна структура каде описите на работата ригидно се применуваат при што доаѓа до гушење на иновациите.

Стандардни перформанси на големите претпријатија – наметнати од страна на големите бизниси, особено на краток рок, може непријателски да се рефлектира на развојот на интрапретприемничкиот проект, а тоа може често да биде и од долгорочна природа. Во многу големи компании, краткорочниот профит генерално се употребува како главна мера на успехот на компанијата.

Процедурите на планирање – во големите компании начинот на планирање може да го задуши претприемништвото.

Сопственоста во целина – и неговата поврзаност со независноста во донесувањето на одлуки е еден од основните мотиви во претприемништвото. Тоа не е често случај кај големите компании каде независното одлучување е речиси невозможно.

Мобилност на менаџерите – во големите компании може да се јави недостаток на поврзаност на специфични проекти, особено ако тие проекти се од долгорочна природа.

Несоодветен систем на наградување – во многу големи компании, често постојат некомпатибилни методи за наградување на креативните работници.

Во суштина, сите овие бариери може да се сублимираат како состојба на организацијата наречена организациска артериосклероза, која што го означува стареењето на организациската поставеност на претпријатието, односно неговиот конзервативен и бирократски однос кон промените[8].

Заклучок

Во овој труд генерално се третираат знаењата во поглед на концептот на интрапретприемништвото. Демонстрирано е дека под одредени услови, во големите организации, претприемништвото, иновативноста и креативноста од малите претпријатија може да бидат развиени ако се надминат специфичните бариери и ако се применат одредени политики и процедури.

Во истражувањето на феноменот на интрапретприемништвото, преовладуваат искуствата од САД со цел да се анализираат разликите помеѓу

[8] Петреска Ленче, Нефовски Сашо, *Планирање на маркетинг*, Европски Унивезитет Република Македонија, Скопје, стр. 75

концептите како што се разликите помеѓу претприемачот и интрапретприемачот, бариерите на интрапретприемништвото во големите компании, клима за интрапретприемништвото и конечно карактеристиките на интрапретприемачите.

INTRAPRENEURSHIP AS A BUSINESS MODEL OF SUCCESSFUL COMPANIES

Summary

In order to efficiently compete in dynamic and fast-changing world market, the companies adopt more innovative and more entrepreneurial approach towards the management within their organizations.

One of these approaches is entrepreneurship development within the company itself, generally known as intra-entrepreneurship or intrapreneurship. In this work is defined the concept of intrapreneurship, especially the difference in developing entrepreneurial practice in big companies and in new segments (divisions).

Литература

1. Bostjan Antoncic and Robert D. Hisrich, *Clarifying the intrapreneurship concept*, Journal of Small Business and Enterprise Development, Number 1, 2003
2. Brunaker, S., Kurvinen, J., *Intrapreneurship*, local initiatives in organisational change processes. Leadership and Organisation Development Journal, 2005
3. James CS. Meng, Edward B. Roberts, *Understanding Barriers to Innovation and Intrapreneurship in an R&D Organization*, The International Center for Research on the Management of Technology, Cambridge, 2006, стр. 7-11
4. James C.S. Meng, Edward B. Roberts, *Understanding Barriers to Innovation and Intrapreneurship in an R&D Organization*, The International Center for Research on the Management of Technology, Cambridge, 2006
5. Kamal Dean Parhizgar, Robert R. Parhizgar, *Analysis of strategic management of intrapreneurial venture capital and angel capital investments*, International Journal of Strategic Management, САД, 2008
6. Robert D. Hicrich, *Enterpreneurship*, McGraw-Hill, Ohio, 1990
7. Saetre, A.S. *Intrapreneurship*, Department for industrial economics and technology management, Norway, 2001

8. Thornberry, N. E., *Corporate entrepreneurship: teaching managers to be entrepreneurs*, Journal of Management Development

9. Петреска Ленче, Нефовски Сашо, *Планирање на маркетинг*, Европски Унивезитет Република Македонија, Скопје, стр. 75

658.8.012.12

Проф. д-р **Љупчо СТОЈЧЕСКИ,**
Ивана СТОЈЧЕВСКА

МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИИ КАКО ФАКТОР ЗА РАЗВОЈ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА

Апстракт

Улогата и значењето на маркетингот е всушност вештина на управување и раководење со активностите, со кои производот, односно услугата, ќе се достават до крајниот потрошувач и ќе ги задоволат неговите потреби. Тоа се основните цели на маркетингот, и затоа маркетинг стратегиите се важни за развојот на секое претпријатие, затоа што тие, всушност, се средство кое го покажува начинот на делување при остварување на целите. Стратегијата на маркетингот всушност претставува начин- патоказ, според кој ќе се остваруваат целите на маркетингот. Со оглед, на тоа што целите на маркетингот произлегуваат од целите на претпријатието, стратегијата на маркетингот мора да биде во согласност со стратегијата на претпријатието во целина.

Со маркетинг стратегиите се утврдуваат основните правци во кои ќе се развива и расте претпријатието, и се многу важни, бидејќи преку нив се остваруваат целите на претпријатието, што значи негов понатамошен раст и развој на пазарот. Како што ќе каже P. Drucker „Секое претпријатие има две и само две основни функции: маркетинг и иновации. Маркетингот и иновациите создаваат резултати. Се останато се трошоци“.

Со оглед на сето ова, основната цел на овој труд е да се укаже на значењето и улогата на маркетинг стратегиите, како и маркетингот воопшто во постигнувањето на успех, а со тоа раст и развој на претпријатијата.

Како предмет на истражување во трудот се маркетинг стратегиите, како и нивното успешно креирање и имплементирање за постигнување на успешен и здрав бизнис.

Во истражувањето и обработката на предметната материја се применуваат научни методи кои се применуваат во општествените науки.

Преку теоретските истражувања, применети се аналитичкиот и компаративниот метод за анализа, преглед на достапната литература со споредба со практичните достигнувања. Применети се општо препорачани методолошки постапки преку кои се постигнуваат теоретски и практични сознанија.

Клучни зборови: *маркетинг, стратегија, маркетинг стратегии, пазарни и маркетинг цели, иновација, адаптација.*

1. Основни видови маркетинг стратегии

Постојат голем број маркетинг стратегии кои стојат на располагање, сепак постојат неколку основни групи кои се од поголемо значење:[1]

1) Стратегија на сегментирање на пазарот и стратегија на диференцирање на производот;
2) Стратегија на позиционирање;
3) Основни видови стратегии за освојување на пазарот.

Покрај овие маркетинг стратегии има и многу други алтернативни стратегии, при тоа секое претпријатие избира стратегија која најмногу ќе одговара на неговиот профил.

1) *Стратегија на сегментирање на пазарот и стратегија на диференцирање на производот* – овие стратегии може и да се разгледуваат како посебни стратегии. Меѓутоа, тие се условени една од друга. Целта на сегментирањето на пазарот е да се утврдат специфичните барања на одделни групи потрошувачи чии потреби треба да се задоволат со диференцирани производи.

2) *Стратегија на позиционирање* – Оваа стратегија во суштина може да се разгледува како трет чекор на процесот на сегментирање – таргетирање – позиционирање и токму позиционирањето е поврзано со перцепцијата на купувачите. При тоа претпријатието може да одбере: зајакнување на постојаната позиција, изнаоѓање на незапоседната позиција за која купувачите покажуваат интерес и нејзино пополнување со производите на претпријатието, и репозицирањето, кога претпријатието ќе увиди дека постојаната позиција перцепирана од страна на купувачите повеќе не носи предност и профит, тоа може да донесе одлука за промена, односно замена на постојаната позиција со нова во мислите на купувачите и во таа насока да

[1] Јаќовски Б. Циунова-Шулеска А. - Маркетинг Менаџмент, Скопје, 2008, стр. 84

преземе соодветни маркетинг-активности. Тие „новини“ може да се однесуваат на карактеристиката на производот, користа од производот, цената, некои културни симболи и сл.

3) *Основни видови стратегии за освојување на пазарот* – Според Котлер постојат три основни стратегии во маркетингот:

- стратегија на недиференциран маркетинг,

- стратегија на диференциран маркетинг, и

- стратегија на концентриран маркетинг.

- *Стратегија на недиференциран маркетинг* – тоа значи максимизирање на ефикасноста на производството и напорите во маркетингот преку производство на еден или неколку стандардни производи и нивна продажба на масовен пазар. Основна претпоставка е дека купувачите се слични во поглед на нивните потреби и желби, а разликите кои постојат не се толку важни и немаат големо влијание врз купувањето на производите, односно услугите. Суштината на оваа стратегија е претпријатието да ги задоволи потребите на колку што е можно повеќе потрошувачи. Оваа стратегија на масовен пазар е многу ризична, во основа ја применуваат претпријатија кои одбрале да ја применуваат и стратегијата на водство на трошоците.

- *Стратегија на диференциран маркетинг* – Оваа стратегија претпоставува претходно извршено сегментирање на пазарот. Се применува кога се работи за повеќе пазарни сегменти за кои се применува посебна маркетинг програма. На тој начин се прават повеќе трошоци за производство и за маркетинг, но вкупната продажба е поголема.

- *Стратегија на концентриран маркетинг* – И оваа стратегија претпоставува претходно извршено сегментирање на пазарот. Стратегијата на концентриран маркетинг значи избор на еден пазарен сегмент на кој претпријатието ги концентрира своите маркетинг – напори.

2. Други видови маркетинг стратегии

Покрај набројаните маркетинг стратегии, постојат и други видови на маркетинг стратегии кои претпријатијата ги користат како нивен избор. Од останатите стратегии најкористени се *ценовите стратегии* кои можат да бидат:

- *Стратегија на собирање „кајмак“* – тоа подразбира влегување на пазар со висока цена, што подразбира и собирање на големите профити. Кога конкуренцијата ќе влезе на пазарот, цените се движат надолу. Овој тип на стратегија може да го примени фирма која е лидер на одреден пазар.
- *Стратегија на пазарна пенетрација* – Оваа стратегија е спротивна на претходната стратегија. Претпријатието ги намалува цените на производите, со што ги мотивира купувачите на зголемено купување на одреден производ, со што се зголемува прометот и пазарното учество. Фирмите кои ја користат оваа стратегија свесно одат на можни загуби, со цел долгорочно да го зголемат учеството на пазарот.
- *Стратегија на премиум цени* – Некои производи се продаваат по високи цени бидејќи се многу квалитетни или бидејќи е тоа производ на некоја компанија со голема репутација.
- *Стратегија на ценови лидери* – Пазарните лидери се во позиција да можат да ја диктираат висината на цените, а останатите компании ги приспособуваат своите цени.
- *Дампинг* (*dumping*) *стратегијата* – Дампингот претставува стратегија на ценова дискриминација. Оваа стратегија подразбира продавање на производите со цени пониски од реалната цена на чинење. Особено е применета при извоз на домашните производи и меѓународна трговија. Има за цел отстранување на конкуренцијата, остварување на монопол и освојување на туѓи пазари.

Исто така маркетинг стратегиите можат да се поделат и како: *дефензивни, развојни и напаѓачки.*[2]

* *Дефанзивни стратегии* - се креираат за да се спречи губењето на постојаните купувачи. Типични дефензивни стратегии се:

- подобрување на имиџот на фирмата,
- подобрување на квалитетот на производите,
- подобрување на начинот на испораката,
- подобрување на одредени перформанси на производите,
- продолжување на векот на траење на производот,
- надминување на грешките во производството.

[2] Кралев Т. Чубровиќ И. - Менаџмент на претприемачкиот бизнис, Скопје, 2003, стр. 305

* *Развојни стратегии* – се креираат со цел на постојаните купувачи да им се понуди поширок асортиман на производи. Тие се базирани врз модификација на производот или усвојување на нов производ на постојаниот пазар. Типични развојни стратегии се:

- проширување на асортиманот на производите,

- изнаоѓање нови можности на употреба на производот,

- развој на нови производи.

* *Напаѓачки стратегии* – се креираат со цел да се освојат нови купувачи, како на постојаниот, така и на новиот пазар. Карактеристични напаѓачки стратегии се:

- менувањето на политиката на цените,

- користење нови канали на продажба,

- влегување на нови пазари,

- влегување во нови индустриски сектори.

3. Креирање на успешни маркетинг стратегии

Како што може да се увиди постојат голем број на маркетинг стратегии. Секое претпријатие ги употребува и ги приспособува маркетинг стратегиите спрема своите потреби. При тоа за постигнување на што подобри резултати треба да се комбинираат повеќе стратегии кои се комплементарни, и кои ќе ги дадат посакуваните резултати на најбрз и најефикасен начин.

Ниту една стратегија не гарантира успех, но со добра комбинација и имплементација на избраните стратегии постигањето на успех е многу поверојтно. Без разлика која стратегија ќе се избере како адекватна, успешно остварување на истата може да се постигне само со маркетинг тим кој е креативен, иновативен и кој знае да се адаптира на потребите на потрошувачите.

По извршеното таргетирање на пазарот, потрошувачите и согледувањето на нивнито однесување, треба да се избере начин на кој стратегијата ќе се приспособи и имплементира, а при тоа мора да се внимава и постојоно да се следи конкуренцијата, за да не се направи грешка и да се одбере стратегија која всушност е *рециклиран креатив,* односно веќе

употребена идеја, бидејќи тоа ќе предизвика негативни последици за претпријатието.

Комбинацијата на маркетинг миксот односно четирите *P* (product-производ или услуга, price-цена, place-дистрибуција и promotion-промоција) е многу важна при креирањето на успешни маркетинг стратегии, но комбинацијата на овие елементи е условена од ***иновативноста*** како најдобра стратешка тактика, најдобро оружје при освојувањето на пазарот. Затоа според Seth Godin може да се земе и ново *P*, таканаречена *Purple cow-Виолетова крава*.[3] Феноменот на „Виолетовата крава" авторот го открил кога бил воодушевен од глетката возејќи се и набљудувајќи го прекрасното поле со прекрасните крави кои паселе на него, но по дваесетина минути таа глетка колку и да била прекрасна здодеала, новите крави колку и да биле убави, здрави и сортни животни сепак веќе тоа било изживеана и здодеана глетка, така што се родила идејата за „Виолетовата крава" чија појава ќе биде впечатлива и која сигурно ќе го привлече, и одредено време ќе го задрже вниманието, односно ќе создаде нова и интересна глетка. Слична е состојбата и на пазарот, мора постојано да се иновира, особено во маркетингот за да се оствари целта на неговото постоење - да се создадат нови потрошувачи, а исто така да се задржи вниманието на постојаните потрошувачи.

При тоа, под иновирање се содржи еден поширок и поголем поим, одколку воведување на нов производ или нова технологија. На пример, Sturbucs Corp. успеа да ги убеди потрошувачите да плаќаат 4 долари за едно кафе лате, и тоа не затоа што има подобар вкус, туку преземајќи маркетинг стратегија со која успеа да создаде еден соживот меѓу клиентите, кое е познато како „третото место". Тоа е простор за средби и разговори меѓу дома и работата, каде што секој може да се опушти, да разговара и да се сретни со пријатели.

Значи, иновациите, од овој маркетинг аспект, може да се осознаат како создавање на значително нови вредности за клиентите и компанијата. А тоа се постигнува преку креативни промени на еден или повеќе делови на бизнис системот. Бизнис иновациите создаваат нова вредност, а не нов производ. Затоа што, не е важно колку добар и иновативен продукт се создаде, туку дали клиентот ќе плати за него, што значи дека потребно е создавање на нови вредности во очите на купувачите. Исто така, иновациите треба да се разнородни и комплексни, односно да успешните нови воведувања побаруваат внимателно согледување на сите аспекти од бизнисот. Промените на бизнис системот преку постојано иновирање треба

[3] Godin Seth - Purple Cow-Transform Your Business By Being Remarkable, ePenguin, 2004, p. 2

да служат како патокази, а пак радарот за иновации содржи дванаесет измени:

1. Уникатен предлог. Иновациите од овој аспект бараат разработка на производите или услугите со кои преку некој нов и уникатен предлог ќе се ценети од клиентите. На пример, електричната четка за заби Grest Spin Brush на Procter & Gamble. По воведувањето на пазарот во 2001 година, таа стана најпродавана во светот. Упростениот дизајн, косрисетењето на АА батерии означуваат дека производот е лесен и едноставен за употреба. Освен тоа, Procter & Gamble имаат приод да не ставаат излишни нешта на продуктите, што дозволи четката да се продава по 5 долари, што е значително помалку од конкуренцијата.

2. Платформа на производи. Тоа се сите општи компоненти, методи за составување или технологии, кои служат како основна цело портфоље на производи и услуги. Така Nissan Motor Co. ги воозобнови позициите во автомобилската индустрија. Компанијата користи еден ист двигател (3,5 литров V6) за своите модели од висока класа седан со средна големина (Altima), голем седан (Maxima), луксузен седан (сериите Infinity G и M), миниван (Quest) и спортски (350Z). Така неколку модификации на општиот двигател дадоа возможност за разлика во коњските сили. Така се создадае доста голема разлика меѓу моделите, а сепак беше создадена предност на економичност во производството.

3. Конкретни решенија. Станува збор за интегрирана комбинација од производи, услуги и информација, која го решава проблемот на клиентот. Компанијата DEERE & Co. комбинира редица производи и услуги (вклучувајќи мобилни компјутери, GPS системи и софтвер), за да предложи крајни решенија на земјоделците, кои сакаат да го подобрат процесот на сеење, орање и жнеење, како и во исто врее да го управуваат поефикасно и самиот бизнис.

4. Изборот кој е клиентот. Компанијата Virgin Mobile успеа успешно да навлезе во пазарот на мобилни услуги во САД и тоа доста касно, но знаеше кон кого ќе го фокусира своето внимание – кон потрошувачите под 30 години, еден не дооценет сегмент до тогаш. За да ги привлече, компанијата им предложи цени без обврзување со договор, како и дополнителни својства за забава во телефоните. Три години подоцна Virgin Mobile се здоби со неколку милиони корисници.

5. Испитување на корисниците. Овој аспект при иновирањето, вклучува се што клиентот гледа, слуша, чувствува и доживува, во заемните дејства со компанијата. Така на пример „Крајзер Перманенте“, компанија за здравствени услуги, се обрна кон чувтвата и доживувањата на клиентите во поликлиниките. И изгради поудобни чекални, лоби со јасни укажувања,

поголеми простории за прегледите. Тие осознаа дека, пациентите не сакаат само медицинска помош, тие сакаат и подобро да се чуствуваат, да има подобра атмосфера во поликлиниките.

6. Скриени вредности. Иновациите тука, означуваат дека компанијата да побара несогледани канали на приходи, да разработи нови системи на формирање на цените и да ја зголеми способноста да создава вредности при односот со клиентите и партнерите. Популарниот автомобилски веб сајт edumunds.com е пример во оваа насока. Компанијата генерира приходи од редица извори, вклучувајќи ги рекламите, од лиценцирање на содржината и од помагалата за партнерите како New York Times и America Online, од публикување на сајтовите за осигурување, како и од информации за навиките на клиентите собрани од веб сајтот.

7. Бизнис процеси. Станува збор за последователноста на бизнис дејностите. Промените можат да вклучат префрлување на различни дејности од едно место на друго или промени на етапите на даден процес.

8. Ефективни организации. Иновациите во организацијата вклучуваат преосмислување на обемот на дејности, како и ново структурирање на улогите, одговорностите и стимулите на различните бизнис оддели и луѓе. Thomson Financial, доставувач од Њу Јорк на ИТ финанскиски услуги, ја трасформира својата организација, со структурирање околу различни клиенти, наместо околу продукти. На тој начин, успева да ги поврзи операционите способности и организацијата на продажбата со потребите на потрошувачите. Компанијата создаде филијали како Thomson ONE, кои претставуваат интегрирани решенија за конкретни клиенти, на пример за специјалисти по финансиски услуги.

9. Верига на доставувачи. Во оваа насока, иновациите целат кон тоа, компанијата да создаде верижен пренос на информацијата , да ја промени нејзината структура или пак да ја прошири соработката со нејзините учесници. Модната верига Zara, за разлика од своите конкуренти, за разлика од своите конкуренти, не го изнесе целосно производството надвор од компанијата. Таа задржа половина производни хали, но ги позиционира блиску до пазарите. Во нив таа произведува големо количество на алишта, а ја обновува колекцијата со почетокот на секоја седмица. Освен тоа, ги доставува производите на закачалки, така што, новите серии можат максимално брзо да се изложат на витрините.

*10. На правилни места.*Точки на присуство на дистрибуциони канали, кои една компанија ги користи, за да ги изнесе продуктите на пазарот, како и местата, каде што тој продукт може да биде купен од клиентите. Иновациите овде вклучуваат создавање на нови точки на присуство или користење на веќе постоечките, но на нови начини. Точно

така постапи Titan Industries Ltd., кога во осумдесеттите години навлезе на индискиот пазар со своите сетилни кварцови часовници. Компанијата открива дека целова група пазари во бижутериите, како и во продавниците за електрични уреди. И наместо во специјални продавници, таа своите производи ги продава во бутки и во рамките на големите продавници за електрични уреди. Така Titan стана лидер во Индија.

11. Точно навреме. Компаниите и нивните продукти се поврзани со клиентите преку мрежа, која понекогаш може да се претвори во конкурентска предност за компанијата. Мексиканската индустриски гигант CEMEX предлагаше тричасовен интервал за доставување на готов за употреба бетон, со задолжително 48 – часовна предвремена порачка. Но, градежништвото е непредвидлива работа, така што над половина од клиентите ја откажувале порачката во последниот момент. За да се справи со овој проблем компанијата инсталирала GPS систем и компјутери во сите камиони. Денес оваа нова мрежа им овозможува на CEMEX да предложи готов за налевање бртон, и тоа за само 20 минути.

12. Силата на брендот. За тука да направи нови воведенија, компанијата треба да го рашири својот бренд на креативни начини. Лондонската easyGroup е лидер во тој одос. Таа денес го држи брендот „easy“, при што го има лиценцирано во различни видови бизниси. Основните карактеристики на брендот, се добрата вредност и упростување, кои се покажуваат како валидни за дванаесет бизниси во различни сектори, на пример easyJet, easyCar, easyInternetcafe, easyMoney, easyCinema, easyHotel и easyWatch.

Иновациите, при маркетинг стратегии се едни од најдобрите начини при креирањето на успех, и со нивна примена компаниите можат видно да појдат напред од конкуренцијата.

Покрај иновацијата како најважна, за да биде успешна една маркетинг стратегија мора да се применува и ***адаптацијата***. Без разлика колку оригинална и иновативна една идеја може да биде, сепак нема да доведе до саканите резултати ако таа идеја не се приспособи на моменталната ситуација на пазарот. Маркетинг тимот мора да биди мајстор на адаптацијата.

Најкористена мисла во светот на маркетинг комуникациите денес е „*Мисли глобално, а делувај локално*“. На пример, овде на Балканот, едно исто, и на ист начин приготвено кафе може да се најде како турско во Македонија и Бугарија, кипарско во Грција, или варено во Србија. Познавањето на ваквите особености на месниот пејсаж е од исклучително значење за изборот на реклама на дадениот пазар, како и што треба да се преземе за да се изврши потребната адаптација.

Иако адаптацијата може да изгледа како многу едноставен процес сепак се покажува дека не е така, и тоа без разлика дали ќе се врши адаптација на фирма кон нов пазар во други земји, или на нова таргет група на домашниот пазар.

Маркетинг тимот мора да биде специјализиран и да има добро *познавање на рекламираната марка и нејзината историја*, зошто без историја, нема сегашност, а нема ни иднина. Значи доста важено е да се презентира и историјата и традицијата на дадената марка на новите потрошувачи на начин кој ќе е од нив најдобро прифатен.

Исто така е важно и *познавањето на јазикот, правописот и говорот* и истото да биде вметнато во рекламата, со што веднаш ќе биде поблиска и ќе предизвика позитвна перцепција од страна на потрошувачите. И обратното, грешките и пропустите во правописот и правоговорот при адаптацијата се нешто што не смее да го има, зошто ќе предизвикаат негативен ефект и негативен имиџ на рекламираните продукти или услуги.

Исто така важна карактеристика при адаптацијата е и *познавањето на новиот пазар и неговата конкуренција*. Значи како многу важен фактор е добро познавање на особеностите, навиките и однесувањето на новиот пазар, а исто така и конкуренцијата со која се судира на тој пазар, и нејзините стратегии, со цел да се биде подобар и пооригинален на тоа поле.

Покрај тоа треба да се има и *слобода при избор на месните идеи и избор на решенија*. Бидејќи, многу погрешно е да се оди од тоа што одредена реклама поминала добро на многу пазари, и да не се посвети многу внимание на адаптацијата со претпоставка дека ќе прође добро и на новите пазари. Точно е дека водечка треба да биде филозофијата и стратегијата на марката, но и месните особености имаат големо значење за обштиот успех на новиот пазар.

Сепак иако на прв поглед не многу комплицирана, адаптацијата е многу важна за креирање на успешна маркетинг стратегија. Исто така може да изгледа дека тоа не е многу творечки насочена задача, но сепак ниту таа не можи да биде успешна без креативен и иновативен маркетинг тим кој на правилен начин ќе ја адаптира, односно приспособи рекламата на новиот пазар.

MARKETING STRATEGIES AS A FACTOR FOR DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISES

Summary

Marketing is basic for success of every business. Marketing and marketing strategies are important and very usefull tools in every business, no matter is it in small, medium or large enerprises.

Most of the failures of some companies due to inappropriate choice of marketing strategies, or not using marketing strategies at all. And also the opposite, the companies that even during the crisis, use means and invest for the development of marketing, they not only survived but also achieved the leading positions market.

Marketing strategies are crucial to the development of each company. In their essence, they represent the system of action through which are carried marketing purposes. They have determined the basic directions for developing and growing the company, and they also are the basis for making decision in marketing.

Regardless, which of the many marketing strategies will be appropriate as a defense, in this time of constant change, to that strategy, or a combination of strategies to be successful, must be creative, innovative and to adapt to the needs of consumers. It is a prerequisite for successful marketing, and thus for successful enterprise development.

***Key words**: marketing, strategy, marketing strategies, marketing and market targets, innovation, adaptation.*

Литература

1. Godin Seth - Purple Cow-Transform Your Business By Being Remarkable, ePenguin, 2004
2. Dobre R. - Poduzetnistvo, Zadar, 2006
3. Zimmerer W.T. Scraborough M.N. - Essentials os Enterpreneurship and Small Business Management, Fifth Edition
4. Јаќовски Б. Ристевска-Јовановска С. - Основи на маркетинг, Скопје, 2006
5. Јаќовски Б. Циунова-Шулеска А. - Маркетинг Менаџмент, Скопје, 2008
6. Kenny K. Graham - Strategic planning and performance management, 2005

7. Кралев Т. Чубровиќ И. - Менаџмент на претприемачкиот бизнис, Скопје, 2003
8. Olsen Erica - Strategic planning for dummies, Wiley Publishing, Inc, 2007
9. Петковска Б. Татјана – Неценовите фактори и конкурентската способност на индустриските претпријатија, Скопје, 2001
10. Списание - Мениджер, www.manager.bg, бр. 6, јуни 2008; бр. 12, декември 2007
11. Tvede L. Ohnemus P. - Marketing strategies for the new economy, 2001
12. Chandra V. Erocak D. Padoan C. P. Braga P. A. – Innovation and Growth, OECD/The World Bank, 2009

349.6(100)

Yakim KITANOV, Ph.D.[1]

STATE REGULATION OF ENVIRONMENTAL SECURITY

Abstract

The article deals with the problem of the state regulatory functions in ecological security. The necessity of the implementation of the regulation measures is generated by the globalization character of the ecological problems all over the world. The main goal of the state regulation in the sphere of the environment security is the transition to the sustainable development of the social-economic system.

***Key words**: state regulations, environment, ecological security, ecological legislation*

Introduction

The need for government regulation on the field of environmental protection is associated with straining of the problem of environmental security. In the process of manufacturing activity, but also in private consumption, environmental pollution takes a significant place. Environment has the ability to assimilate, i.e. to self-purification, an ability to absorb pollution and waste, without detriment to the ecological system. At the same time, the ability of nature to self-purification and self-repair are not infinite. The more the amount of discharged substances and especially the highly toxic increases, the more their concentration increases the damage inflicted on the environment. An environmental degradation of the environment and biosphere is performed: abandonment, reduction of forest areas, reduction of water supplies, greenhouse effect, ozone layer depletion, ocean pollution, reduction of biodiversity, accumulation of solid, toxic and radioactive waste , fall of acid rain, etc. All this can lead to unpredictable consequences and risks for man's existence as a species.

[1] University of Insurance and Finance - Sofia

State Regulation of Environmental Security

All countries today understand the urgent need to address the environmental problems. The developed countries began searching for regulators in protecting the environment in the 60 – 70ies of the twentieth century. Practically, central authorities appeared in all developed countries, carrying the authority of environmental protection nationwide. The legislative activity in this area developed rapidly. Laws that regulate norms, procedures for natural resources which provide methodological recommendations and declaring environmentally friendly principles were adopted. There the role of state regulation of environmentally friendly activities is fixed. The rights and duties of environmental-users is defined.

In 1992 the United Nation Conference on Environment and Development that was attended by 179 countries was held. That showed the world the growing attention to environmental problems. During the Conference documents that are base of the so called concept of Sustainable Development were adopted. In line with this concept of removing the current conflict between the growing needs of the global community and the biosphere inability to provide these needs within a stable socio-economic development a gradual restoration of natural ecosystems to a level that guarantees the stability of the environment is required. This is expected to be achieved only with the efforts of all mankind but each country shall do it independently in order to move towards this goal. The need for government regulation in protecting the environment is conditioned by the fact that to solve a problem only at the expense of pure market mechanisms is impossible. Market system has proved its effectiveness in the use and allocation of resources that have monetary valuation. It does not work in the use of resources with low price or free of charge, to which natural resources relate.

When using natural resources the so-called externalities occur. These are costs associated with removal of the damage to the environment and the cost of their prevention. Such costs are difficult to assess quantitatively, in monetary terms. As a rule, they are society costs and sometimes costs for next generations.

For example, the economic costs of treating industrial waste in the production and consumption of certain goods are not always fully taken into account in calculating the costs and benefits of enterprises. As a result, goods are offered at a lower price than that which would be considering all costs, including those that are made to the environment. Pricing, distorted by externalities, leads to errors in the management of production and consumption. A need to remove the gap between costs and benefits of individual economic agents and the costs (losses) of society as a whole arises.

The purpose of the state regulation in the field of environmental protection is a transition to sustainable development, providing a balanced solution

of socio-economic tasks also the problem of environmental protection and natural potential in the interests of present and future generations.

Among the most important tasks for government regulation in protecting the environment can be separated as follows:

- improving the environment by going green in economic activity within the institutional and structural transformations;
- forming the legal basis of the economic mechanism for the regulation of natural resources and environment;
- creating conditions for the formation of a new management model and wider application of environmentally oriented management methods;
- assessment of the economic opportunities of local and regional ecosystems of the country, setting allowable anthropogenic impact on them.;
- active participation in international environmental events;
- formation of an effective system for promoting the ideas of environmental safety and creation of an adequate system of environmental education and training.

The demand for effective government regulators in protecting the environment and natural resources is associated with the choice of evaluation criteria of environmental safety events.

First, it is necessary to ensure that the amount of pollution does not exceed the established maximum quantities. This is the so called criterion for eco-efficiency.

Second, the achievement of environmental objectives with minimal economic costs can be provided at a certain level of technical knowledge. This is the criterion of economic efficiency in a static sense. With the development of science and technology, the minimum economic costs that prevent losses decrease gradually. This is the so-called cost-efficiency, in a dynamic sense.

Third, it is necessary to examine the social efficiency of the instruments of state regulation. For example, measures for stimulation environmental protection events can cause a significant increase in production costs, which in extreme cases, can lead to reduced investment, production cuts and even to company closure . Measures for strengthening the environmental protection events may conflict with the provision of employment in conditions of high unemployment. On the other hand, these measures can have a positive impact on employment levels. For example - by creating new jobs in fields related to the implementation of control environmental protection measures.

Fourthly, a political side of taking measures to protect the environment should be considered. Thus, to achieve the environmental protection policy it is

necessary to define its priorities and to consider all possible consequences of the events planned.

What is typical for the state regulation system of the environmental protection activity is that there are several levels of regulation - nationwide, regional and local. Recent years tend to increase government bodies, including the line ministries responsible for the environmental situation in their area and for the expansion of their functions.

Currently a synergy of administrative and market mechanisms has formed in the field of environmental protection. Today worldwide there are more than 80 different economic instruments, including environmental monitoring, management processes of nature, funding and fostering environmental protection activity. In most developed countries the heart of environmental policy and its funding is on the principle of normative determination of qualitative status of the environment, which is achieved by setting standards for different kinds of pollution. For example, the maximum allowable amount of discharge of pollutants per unit of equipment is determined and there shall be set standards for reducing the quantities of pollution emission levels of harmful substances.

We focus is on legislative restrictions on harmful effects, state normalization, control and sanctions. Laws on environmental protection are based on the "Polluter pays principle" introduced by the OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) in 1972. Today, regulatory is a major tool to influence environmental policy on economic activity, investment activity and the innovation process.

The advantages of regulatory are in its operativity in its implementation in practice and efficiency from an environmental perspective. It is used in particularly severe cases to save ecosystems damaged by past activity when necessary.

In economic terms, the instruments of coercion are inherent major disadvantages because environmental objectives are achieved mainly on account of high costs as a result of their use.

Regulatory, as a rule, do not take into account individual costs of the various enterprises. The wide variation of standards adopted on the basis of differences in costs for the events in the environment needed to create a level playing field in competitive combat and reducing overall economic costs is practically unattainable because of the wide variety of production, equipment and technology. Regulatory, also does not provide long-term incentives for effective prevention of discharges of hazardous substances into the environment. Businesses do not receive benefits from studies that lead to pollution reducing. Cost-effective environmental policy is based on flexible combination of macroeconomic measures and activities which have their own ecological projects. Macroeconomic

measures are carried out throughout the economy or on the level of individual sectors. They may not be environmentally oriented. These are: structural adjustment, exchange rate fluctuations of the currency, reducing the deficit in the state budget, credit, financial policies, liberalization of foreign trade, strengthening the role of the private sector, institutional changes, price reforms, tax reforms, creating conditions for foreign investment, etc. In one way or another, all these events, mechanisms and reforms affect the environmental situation inevitably.

In the context of escalating competition, mass bankruptcies, aggravating financial situation of enterprises, nature becomes one of the first casualties in the fight for surviving. Businesses seek every way to reduce costs from measures for environmental protection, from the acquisition of environmental equipment because environmental costs do not lead to production increase. Waste pollutants are hidden in order to avoid fines paying. The ecology-economic consequences and the insufficient consideration of environmental aspects in conducting macroeconomic transformations can lead to environmental degradation that may ultimately destroy the economy itself.

On a Macroeconomic level, government regulation must have an ecological-balanced character. For example, the identity of environmentally oriented change of the economy structure is stabilization of the size and the volume of the production of nature-exploitation sectors in the rapid development of modern technological basis of all produces related to the conversion of natural substances. It comes to global redistribution of labor, material and financial resources that are in a favor of Resource-saving fields and activities. Such economy restructuring would have a significant reduce of the proportion of raw materials in manufactured goods and services. It will also reduce the environmental loading and the overall demand of natural resources.

The system of special mechanisms and instruments directly related to environmental protection and exploitation of natural resources includes events that are ecologically oriented and have an expected ecological impact. Its main elements are:

- immediate implementation by the state of various measures that refer to nature protection (organization and funding of relevant environmental research, training specialists in ecology, etc).
- administrative and legal regulation
- state economic incentives and support of nature protection activity of the private sector (indirect subsidies, loans and credits at low interest rates, accelerated depreciation of environmental equipment, tax privileges, creating budget and off-budget funds
- state measures, stimulating the nature user to protect the environment (pollution charges, purchasing rights to pollute, etc.)
- formation and implementation of environmental programs

These events are to protect the environment and to equate the use of natural resources. In most cases those measures have an auxiliary and local character in terms of macroeconomic events. In case of negative environmental effects the state is forced to implement additional environmental programs or events to stabilize the deteriorating environmental situation.

Thus, the modern mechanism for regulation operates on a commercial basis with elements of coercion, economically as well as non-economically.

Through charges, taxes or subsidies on environmental protection, government can encourage operators to take into account not only private but also public costs of production and goods consumption. For the eco-efficiency the amount of deductions or subsidies should be determined assuming costs by preventing losses. Within the specified environmental standards, each entity can decide for himself - not to pollute or to pay for pollution. In many countries there is a practice to pay for environmental pollution. Thus, the economic losses inflicted by the enterprises on the environment are offset. Accordingly, payments perform two functions:

First, they encourage businesses to reduce discharges of harmful substances and secondly, they become a source of further accumulation of funds for the eradication of negative consequences environmental of production.

There are three types of payments:

- for polluting the atmosphere;
- polluting water;
- throwing waste in the environment.

Government subsidies are an important consideration in the system of state regulation of environmental protection activity.

Taxes are widely used and effective tool. Environmental taxes are mainly to solve two problems:

- firstly, to make the output value more adequate, related to the environment costs and losses;
- secondly, to help offset the losses from environmental pollutants, rather than the entire society;

"Green taxes" can play a stimulating role in the development of environmental industries and activities.

There are four aspects in the ecologically oriented tax system: industrial, technological, regional and product. For example, at the beginning of a natural-product chain that links the primary natural factors of production to final production, taxes on environmental exploitation industries and sectors may play

the role of a press. Tax cuts should be used for resource saving and less waste technologies. In regions with intensive environmental situation, the system of taxation should be directed to stimulate additional costs on environmental protection events. Increased taxes can be used in the treatment of environmentally hazardous products - ozone depleting agents, pesticides, energy-intensive equipment, etc.

The practice of accelerated depreciation of main funds is well used method in the world to encourage environment protection events. The increase in depreciation calculations for ecologically clean equipment and abatement equipment will reduce the amount, taxed, and thus it will increase the net profits of the company.

There are some disadvantages in the payment and subsidies system. The purposes of environmental protection would not be achieved if too low rates of deductions are set. The environment protection events become unduly expensive if these rates are too high. Therefore, the norms of deductions and subsidies should be floating, i.e. continuously reviewed in accordance to the level of progress of the economic situation in the country, rate of inflation, etc. Until now the problem on the basis on what criteria should be determined the amount of deduction and subsidies in each case is unsolved.

At the heart of the so-called concept of market environment is the idea of buying and selling rights for a different type of pollution. Each company decides what it is profitable - to spend money on prevention of pollution or to buy right for it.

What is needed here is the property right, for example direct private right on environmental components such as land, plants, animals, water resources, atmosphere. There should be technical capabilities for environment rights transmission on individuals. Then entity, that has suffered loss as a result of pollution, shall receive compensation proportionate to the amount of that loss.

Such conditions are very hard to be established. That is why many specialists in that field offer the use of certificates by which the state's possession right can be transferred. Certificates should be able to be sold and bought like securities in a specific market. Their price should be adjusted in accordance with the laws of the market.

However, to create environmental market leads to many difficulties. It is necessary to set dates for the certificate. The price of the certificate can be changed, over time. The state can limit its scale. Also, a large number of certificates should not be allowed to be possessed by large enterprises. This can cause competition restriction in the industry. The spatial boundaries for the rights to use the environment should be clearly defined. The costs for an administrative control should be minimal.

That is why some countries such as the U.S. apply a mixed system combining norms, deductions and flexible system for granting certificates. This is the so-called compensatory adjustment. The centralized financing of the environment protection measures are an important issue in the whole system of government regulation. The majority of investments in ecological safety are carried out at the expense of state funds - 1-2% of GDP.

Current environmental protection measures should be funded by targeted sources based on payments for pollution as well as by the money from the environmental funds. That way we can overcome the shortcomings that are typical for a centralized capital system. Conditions for the implementation of "polluter pay principle" are established.

Conclusion

The problem of financial resources to mitigating the consequences of environmental pollution that are result of accidents and catastrophes remains important and not well enough developed. The environmental insurance can be considered as an option for such funding. It can be voluntary as well as compulsory. The aims would be as follows:

- to offset losses incurred by policyholders and third parties as a result of environmental pollution;

- to stimulate economic prevention of insurer accidents;

- increasing the efficiency of manufacturing resources, concentrated in insurance funds, etc.

The developed countries apply low-interest loans for companies which acquire purification equipment. For those purposes mortgage loans are used. Attracting foreign capital can be another possible funding. International funds and organizations are ready to provide investment for environment protection purposes under certain conditions. The global financial practice is to use the repayment of external debt as an exchange of measures for environmental protection.

The developed countries create economic incentives for searching new opportunities in preventing and reducing the volume of harmful substances discharge. A possible self-regulation process appears too.

Different countries should make joint efforts in solving environmental problems. The government participation in international cooperation on environmental protection allows common principles, mechanisms and instruments that regulate natural resources to be developed. Many countries have adopted special programs for natural resources supported by corresponding differentiated laws.

Bibliography

1. Eckersley, Robin. The Green State. Rethinking Democracy and Sovereignty. Massachusetts Institute of Technology, 2004
2. Pirages, Dennis Klark and Theresa Manley DeGeest. Ecological Security. An Evolutionary Perspective on Globalization. Rowman & Littlefield Publishers, Inc. 2004
3. Томов, Вл. Индустриална и екологична сигурност. ВСУ“Черноризец Храбър“, 2002
4. Томов, Вл., Петър Христов, Анелия Ненова. Екологична сигурлност. ВСУ“Черноризец Храбър“, 2007
5. OECD. Прегледи на регулативната реформа. Регулативни политики в страните от OCED. От интервенции към регулирано управление. НУЦ “Икономика на публичния сектор“. УНСС, 2005

658.821 : 658.624(4-672ЕУ)

Доц. д-р **Далиборка БЛАЖЕСКА**[1]

ДИФЕРЕНЦИЈАЦИЈАТА КАКО СРЕДСТВО ЗА ОСТВАРУВАЊЕ НА КОНКУРЕНТСКА ПРЕДНОСТ

Апстракт

Зголемувањето на конкуренцијата, како резултат на создавањето на единствен пазар на ниво на Европска унија, вклучува и нов приод од страна на компаниите за успешен настап на тој пазар. Овој приод е во интерес на купувачите кои добиваат богата понуда под најдобри можни услови само со единствена цел да се создаде конкурентска предност. Се поставува прашањето како може да се оствари конкурентска предност? Еден од начините кој ни дава таква можност е диференцијацијата со која се овозможува сопствениот производ да се разликува од сличните конкурентски производи.

Клучни зборови: *конкуренција, конкурентска предност, диференцијација, производи, претпријатие, пазарна стратегија*

За да може едно претпријатие да има успешен настап на пазарот треба да подготви соодветна пазарна стратегија. За таа цел најпрво треба да пристапи кон анализа на конкуренцијата врз основа на која ќе се развијат конкурентски стратегии кои ќе го направат ефикасно во однос на неговите конкуренти и ќе му ја дадат најсилната конкурентска предност. Со конкурентската анализа се идентификуваат главните конкуренти на претпријатието, при што тоа собираат податоци и информации за целите, стратегиите, како и силните и слабите страни на конкурентите. Имајќи ги овие информации секое претпријатие може да ги селектира конкурентите кои ќе ги напаѓа или избегнува. Пред се треба да се знае дека голем број на претпријатија пропаѓаат, бидејќи не ги следеле претходно наведените конкурентски позиции.

Секој менаџмент на претпријатијата обликува специфична стратегија спрема одредени купувачи и конкуренти. Според Porter постојат три генерички стратегии, а тоа се[2]:

[1] Факултет за економски науки, ЕУРМ

1. Стратегија на ниски трошоци
2. Стратегија на диференцијација
3. Стратегија на фокусирање

Секоја од овие стратегии се заснова на различни вештини и ресурси.

Доста успешна стратегија за создавање на конкурентска предност е диференцијацијата. Овде претпријатието се обидува да се концентрира на креирање на сосема различна линија на производи и маркетиншка програма со што тоа може да стане лидер на пазарот.

Сето тоа би се постигнало доколку претпријатието внимателно ги анализира потребите на купувачите и нивното однесување, со цел да утврди што за нив е најважно, што тие најмногу вреднуваат и колку се спремни да платат. Кога ќе го утврди тоа, претпријатието настојува да оствари конкурентска предност по пат на креирање на производ кој во целост ќе ги задоволи потребите на купувачите и на тој начин ќе се разликува од конкуренцијата.

Значи, секое претпријатие мора да се обиде да изнајде специфични начини со кои ќе ги диференцира своите производи за да стекнат конкурентска предност. Диференцијацијата значи обликување на значајни разлики со кои понудата на едно претпријатие се издвојува од понудата на конкурентите. Диференцијацијата постојано треба да е присутна, но треба да знаеме дека проблем би имале кога станува збор за стандардизирани производи кои даваат можност за мали варијации. Тоа се на пример месото, лековите и некои други слични производи. Покрај овие производи постојат други производи кај кои постои можност за голема диференцијација, како што се автомобилите и мебелот. Главно диференцијацијата на производите се постигнува преку: **својствата на производите, квалитетот на производите, трајноста на производите и стилот и дизајнот на производите**.

Својства на производите

Својствата на производите се карактеристики кои ја надополнуваат основната функција на производот. Претпријатијата можат да направат голем број на дополнителни варијанти со додавање на посебни својства на производите. Така производителот на автомобили може да понуди опции, како што се електрични стакла, воздушни перничиња, автоматски менувач, или клима уреди. Секое од овие својства има можност да го привлече вниманието на купувачите. Некои претпријатија се екстремно иновативни во додавањето на новите својства на своите производи. Еден од клучните фактори за успех на јапонските претпријатија е нивното постојано подобрување на својствата на производите во кои имаат предност како што се рачните часови, камерите,

[2] Јаќовски Б., Шулеска Циунова А., Маркетинг менаџмент, Европски Универзитет РМ, Скопје, 2008, стр. 112

автомобилите, видео уреди итн. Еден од најуспешните начини за конкуренција е да се биде прв во претставувањето на новите и вредни својства.

Квалитет на производите

Квалитетот на производите може да биде на различно ниво: ниско, просечно, високо и супериорно. Се поставува прашањето дали квалитетот на производите донесува за претпријатието поголема профитабилност? Институтот за стратешко планирање го проучувал влијанието на квалитетот на производите врз враќањето на инвестициите (ROI – return on investment)[3]? Во примерокот од 525 претпријатија, оние со низок квалитет на производи, остварile 17% ROI. Оние со среден квалитет на производи заработиле 20%, а оние со висок квалитет на производите остварile 27% ROI. Така претпријатијата со производи со висок квалитет заработиле скоро 59% повеќе од претпријатијата со низок квалитет. Овие претпријатија заработиле повеќе, бидејќи имале производи со врвен квалитет, кој давал можност за формирање на високи цени. Исто така тие заработувале и како резултат на повторните купувања: поради лојалноста на потрошувачите. Поврзаноста на квалитетот со профитабилноста не значи дека претпријатијата мораат секогаш да создаваат високо ниво на квалитет на производот. Пред се, во оваа насока треба да се спомене фактот што постојаното зголемување на квалитетот на производот доведува до намалување на профитот на претпријатието поради фактот што мал број на купувачи ќе можат да ги платат цените на тие производи. Сепак треба да се знае дека производителот треба да создаде такво ниво на квалитет кое ќе одговара на целниот пазар и на нивото на конкуренцијата. Пред се секое претпријатие е заинтересирано да создаде производи кои имаат соодветен квалитет и кои ги исполнуваат очекувањата на потрошувачите. Главно е дека потрошувачите не треба да бидат разочарани. Во тој контекст и јапонските производители успеваат на пазарот како резултат на квалитетот[4]. Нивните автомобили се “fit and finish” две карактеристики за кои луѓето со задоволство ќе платат.

Трајност на производите

Трајноста на производите се однесува на животниот циклус на производите во динамични услови. Треба да знаеме дека трајноста е многу важна карактеристика на производите за голем број на купувачи. Тие купувачи ќе бидат спремни повеќе да платат за трајните производи. Меѓутоа ова правило треба да го има во вид фактот дека дополнителната цена за трајноста на производот не треба да биде превисока. Посебно ова треба да се знае кога

[3] www.meritum-international.org, посетено 31.09.2010
[4] Kotler Ph., Marketing Management, Analysis, Planning and Control, Prentice-HallInc Englewood Cliffs, New York, 1967

станува збор за производи кои технолошки брзо застаруваат, а купувачите не се спремни да платат повисока цена поради нивната долготрајност. Така на пример доколку потенцираме дека нашите мобилни апарати имаат најдолг век на траење може да имаат мал успех затоа што својствата на овие производи се под влијание на постојани промени. За разлика од нив на пример, рачните часовници се производи чија технологија бавно се менува, па поради тоа тие може да се нудат врз основа на трајноста. Исто така купувачите можеме да ги привлечеме и со фактот што ние би нуделе поправка на производите кои би биле неисправни или би откажале. Купувачите пред сè се наклонети кон производи за кои им се нуди брза поправка без паричен надоместок доколку настане одреден дефект. Пред се таквата гаранција за производите и сервисирањето е многу важна компонента која влијае на одлуката за купување.

Стил и дизајн

Стилот го опишуваме како изглед на производот кој кај купувачот побудува одредени чувства. Некои претпријатија имаат извонредна репутација за добар стил, како на пример Nissan, и Mazda кај спортските автомобили, Swatch кај часовниците итн. Предност на стилот е што го издвојува производот, а тешко тој може да се копира. Во оваа диференцијација мораме да ја вклучиме и амбалажата на производот како стилско оружје. Тоа особено е важно за прехранбените производи, козметиката и тоалетните производи. Амбалажата го претставува првиот контакт на купувачите со производот која лесно може да ги привлече или да ги одбие.

Дизајнот го дефинираме како вкупност на својства кои влијаат на изгледот на производите и неговите функции во согласност со барањата на купувачите[5]. Како што се зголемува конкуренцијата, дизајнот ги нуди најдобрите начини на диференцијација и позиционирање на производите на претпријатијата. Од гледна точка на купувачот, добро дизајнираниот производ ќе има добар изглед, исто така ќе биде лесна неговата употреба, поправка итн. Дизајнерот треба да ги има во вид сите овие работи и треба да овозможи "обликот да ја следи функцијата" што ќе доведе до прифаќање на производот од голем број на купувачи. Пред се, треба да се овозможи стручното лице на пример дизајнерот кога ќе дизајнира столче, да го направи тоа во зависност од целната група односно од купувачите за кои тоа е наменето, во зависност од нивните желби за удобност, елеганција или комбинација на повеќе елементи. Добриот дизајнер мора да оствари компромис на саканите карактеристики. Одредени земји пред сè се познати како водичи во подрачјето на дизајнот. Така на пример светски познати се италијанските дизајнери на облека и обувки, скандинавските дизајнери се познати по функционалноста и естетиката и

[5] Austrian R., Beyerdorfer D.,: Brand & Olufsen: Design Driven Innovation Boston: Harvard Business School Press,2007, str. 40

еколошката свест, итн. Се поставува прашањето дали се исплаќа да се инвестира во дизајн? Истражувањето и практиката сугерираат дека е исплатливо[6]. Многу светски познати компании дошле до заклучок дека вложените средства во дизајнот им се исплатиле, а тоа го докажуваат и многубројните истражувања.

Диференцијацијата може да се постигне и со диференцијација на персоналот и на локацијата на претпријатието. Што ова значи? Претпријатијата можат да се стекнат со конкурентска предност со ангажирање и изнајмување на подобри луѓе од оние на конкуренцијата. Диференцијацијата на персоналот бара претпријатијата внимателно да ги изберат своите луѓе што доаѓаат во контакт со клиентот и исто така добро да ги обучат. Овој персонал мора да е компетентен и мора да ги има потребните капацитети и знаење. Потребно е тие да бидат пристојни, љубезни и учтиви. Тие мора да ги задоволуваат клиентите со постојаност и точност и мора да направат напор за да ги разберат своите клиенти, јасно да комуницираат со нив и брзо да одговараат на барањата и проблемите на клиентите. Кога станува збор за диференцијација на локацијата на претпријатието треба да споменеме дека локацијата може да обезбеди конкурентска предност, но оваа предност лесно може да биде копирана имајќи во вид дека лесно може да биде изградена одредена инфраструктура.

Од претходниве образложенија може да се наведе дека предности на стратегијата на диференцијација се[7]:

- Со оваа стратегија се развива лојалност на купувачите спрема марката на производот при што претпријатието на тој начин се штити од конкурентите;
- Претпријатијата кои се определуваат за стратегијата на диференцијација се во можност да наметнат високи цени на своите производи кои купувачите се спремни да ги платат поради специфичните карактеристики кои ги поседуваат производите. Таа цена доведува до зголемување на профитот;
- Евентуалното зголемување на цените на инпутите не влијаат драстично на претпријатијата кои ја прифатиле стратегијата на диференцијација, бидејќи таа компанија остварува натпросечна профитабилност врз основа на високи цени на своите производи, а не врз основа на ниски трошоци на производство, како што е случај со стратегијата на ниски трошоци.

Кога се сака да се постигне одредена конкурентска предност, со стратегијата на диференцијација секое претпријатие избира на кои диференцијални фактори таа ќе се заснива. Се поставува прашањето дали таа диференцијација треба да се заснова на еден диференцијален фактор или треба да се заснова на повеќе диференцијални фактори? Кога се сака да се постигне конкурентска

[6] www.designcouncil.org.uk/en/, (20.09.2010)
[7] www.scribd.com (28.09.2010)

предност, а со тоа и единственост на пазарот главно тоа се постигнува преку користење на повеќе диференцијални фактори. Во денешно време, во време кога масовниот пазар се дели на помали пазарни сегменти, претпријатијата се обидуваат да ги прошират своите стратегии за позиционирање за да привлечат поголем број на сегменти. На пример, "Булдерс " во Аризона се промовира како врвно одморалиште за голф и како луксузно одморалиште,овозможувајќи им на гостите да ги доживеат флората и фауната во пустината Сонома. На овој начин "Булдерс" може да ги привлече и играчите на голф и оние кои не играат голф. При позиционирањето секое претпријатие треба да ги избегнува трите главни грешки на позиционирање.

Пред се тие се однесуваат на[8]:

1. Потпозиционирање – тоа значи претпријатието воопшто не успеало да се позиционира. Во овој случај купувачите имаат само нејасна идеја за претпријатието или тие не знаат ништо посебно за него.
2. Преголемо позиционирање – тоа значи кога на купувачите им се покажува премногу ограничена слика за претпријатието.
3. Конфузно позиционирање – кога купувачите се збунети од многубројните изјави за позиционирање.

Доброто позиционирање помага да се развие лојалност кон производите, а со тоа и добар имиџ на претпријатието од страна на купувачите.

Кога се избираат диференцијалните фактори секој од нив треба да ги исполни следниве критериуми[9]:

- Да бидат важни – оваа разлика обезбедува полза со висока вредност на целните купувачи;
- Карактеристични – овие диференцијални фактори се карактеристични за едно претпријатие и не можат да се понудат од друго;
- Одлични - разликата што ја обезбедуваат е одлична и на други начини од оние на кои клиентите можат да ја добијат истата полза;
- Преносливи – разликата е пренослива и забележителна за купувачите;
- Посебни – конкурентите не можат лесно да ја копираат разликата;
- Достапни – купувачите можат да си дозволат да платат за разликата;
- Профитабилни – претпријатието може да воведе разлики во профитабилноста.

Секој диференцијален фактор влијае на перцепциите, преференциите и однесувањето на потрошувачите. Важно е да се знае дека како резултат на овие диференцијални фактори кои успешно се вградуваат во стратегијата на

[8] Blythe J., Marketing Strategy, McGraw-Hill Company, UK, 2002, str. 232
[9] Back Ki-Joon and Sara C., Parks, A Brand Loyalty Model Involving Congnitive and Congnitive Brand Loyalty and Customer satisfaction, New York, 2003

претпријатието треба да се овозможи тоа да биде подобро и поразлично на пазарот на кој настапува. Со тоа се постигнува конкурентска предност. Да имаме конкурентска предност е исто како да имате пиштол во борба со ножови[10]. Во денешно време, секое претпријатие победува не поради една предност туку поради повеќе предности. Јапонците се вистински стручњаци за тоа, најнапред се појавуваат со ниски цени, потоа со подобри каракетристики, подобар квалитет, подобар дизајн итн. Јапонците сфатиле дека меркетингот е трка што нема крај. За да успееме во конкуренцијата треба да направиме единствена комбинација која што дава предност. Конкурентот што копира само некоја од овие предности никогаш нема да го освои пазарот во целост. Да се има конкурентска предност најпрво треба да се оствари надмоќност во споредба со конкуренцијата, а таа надмоќност се однесува на особините на производите, која е битна за купувачите. Предноста мора да биде забележана од купувачите и предноста не смее брзо да биде достигната од конкурентите, односно да е од траен карактер, да е "одржлива" или "одбранлива" на долг рок. Сепак треба да знаеме дека купувачите се единствените кои го одредуваат победникот во војната.

Заклучок

Секое претпријатие кога настапува на пазарот има за цел да привлече што е можно поголем број на купувачи. Способноста да се привлечат голем број на купувачи зависи од специфичностите на производот кој се нуди на тој пазар како и од желбата на потрошувачите да го прифатат тој производ. Доколку купувачите ги прифаќаат производите тоа значи дека на претпријатието му овозможуваат да ја одржи својата конкуренска предност. Накратко, диференцијацијата е само еден од начините за остварување на оваа конкурентска предност, но доста успешна доколку правилно се примени од страна на претпријатието.

DIFFERENTIATION AS A MEANS FOR ACHIEVING COMPETITIVE ADVANTAGE

Summary

When appearing on the market, each enterprise aims to attract as many customers as possible. The ability to attract large numbers of consumers is dependant upon the specifications of the product offered on that market as well as

[10] Michael E. Porter, Competitive Strategy:Techniques for Analyzing Indisties and Competitors, New York: Free Press, 1980 и Competitive Advantage: Creating and Sutaining Superior Performance, New York, Free Press, 1985

on the consumer's interest to accept that particular product. If buyers accept the products offered by the enterprise, then the enterprise is given the possibility to maintain its advantage with regards to the competition. Shortly, differentiation is merely one of the ways to achieve this advantage and it is successful only when the enterprise makes a correct use of it.

Key words: *competition, competitive advantage, differentiation, products, enterprise, market strategy*

Литература

1. Adcock D., Halborg A., Ross C., Marketing, Principles &Practice, fourth edition, Prentice Hall, 2001
2. Debelak D., Marketing Plan, Adams Media Corporation, USA, 2000
3. Kotler Ph., Marketing Management, 11 th edition, Prentice Hall, 2003
4. Kotler Ph., Keller Kevin L., Marketing Management, 13 th edition, Prentice Hall, 2009
5. Kotler Ph., Marketing Management, Analysis, Planning and Control, Prentice Hall, Inc Englewood Cliffs, New York, 1967
6. Michael E. Porter, Competitive Strategy:Techniques for Analyzing Indisties and Competitors, New York: Free Press, 1980
7. Јаќовски Б., Шулеска Циунова А., Маркетинг Менаџмент, Европски Универзитет РМ, Скопје, 2008
8. Austrian R., Beyerdorfer D.,: Brand & Olufsen: Design Driven Innovation Boston: Harvard Business School Press,2007
9. Back Ki-Joon and Sara C., Parks, A Brand Loyalty Model Involving Congnitive and Congnitive Brand Loyalty and Customer satisfaction, New York, 2003
10. Blythe J., Marketing Strategy, McGraw-Hill Company, UK, 2002
11. Wheelen L.Thomas, Hunger J. D., Strategyc management and business policy, 11 th edition, Prentice Hall, 2008
12. www.scribd.com
13. www.designcouncil.org.uk/en/
14. www.meritum-international.org,
15. www.wikipedija.org
16. www.poslovniforum.hr
17. www.openlearningwold.com
18. www.guickmba.com

658.8.011.1

Доц. д-р **Савица ДИМИТРИЕСКА**

МАРКЕТИНГ МИКС: 4П, 8П, 12П, 27П ИЛИ И ПОВЕЌЕ?

Апстракт

Овој труд го анализира постоечкиот маркетинг микс, попознат како 4П (производ, цена, промоција и дистрибуција) од аспект на експертските размислувања за негова модификација. Маркетинг миксот составен од четири елементи веќе речиси половина век претставува доминантна маркетинг-менаџмент парадигма, која како таква е втемелена во теоријата за маркетинг, но и во практичното работење на компаниите. Денес, современите маркетинг теоретичари, но и маркетери сé повеќе зборуваат за проширување на маркетинг миксот и негово прилагодување кон новата макро и микро маркетинг средина. Имено, пазарните услови, средината во која функционираат компаниите, примената и развојот на новите информациони техники и технологии, глобализациските трендови влијаат врз маркетинг миксот и како теоретски концепт и како менаџерски инструмент во рацете на маркетерите. Во основа маркетинг миксот се соочува со две големи ограничувања и тоа неговата голема интерна ориентација (фокусирање внатре кон компанијата) и недостиг на персонализација, односно интерактивна комуникација помеѓу компаниите (продавачите) и потрошувачите. Исто така, неговата примена е сé повеќе ограничена во одредени специфични области, како маркетинг за потрошувачи (consumer marketing), маркетинг на односи (relationship marketing), маркетинг на услуги (services marketing), маркетинг на малопродажба (retail marketing), индустриски маркетинг (industrial marketing) кој веќе еволуира во електронски маркетинг (electronic marketing). Се поставува прашањето колку да се прошири 4П? Дали 7П, 8П се доволни или има потреба и од повеќе П? Дали навистина постои некој задоволителен број на П кој би ги опфатил сите сегменти на маркетингот? Истражувањата покажуваат дека не постои согласност помеѓу теоретичарите, ниту пак практичарите за новиот број на П кој би одговарал на новонастанатите маркетинг услови. Токму слабостите на маркетинг миксот кои се обработуваат во овој труд можат да бидат предизвик за натамошни подлабоки истражувања.

Клучни зборови: *маркетинг, маркетинг микс, маркетинг за потрошувачи (consumer marketing), маркетинг на односи (relationship marketing), маркетинг на услуги (services marketing), маркетинг на малопродажба (retail marketing), индустриски маркетинг (industrial marketing)/ електронски маркетинг (electronic marketing).*

Вовед

"Секој има право да ги преиспита класичните воспоставени принципи. Сите принципи треба да се преиспитуваат, но нивната промена мора да биде логична и со фактичка одржливост".

Пол. А. Самуелсон

Главната цел на овој труд е да направи анализа на размислувањата на маркетинг теоретичарите и практичарите за задржување или промена на познатата маркетинг-менаџмент парадигма – маркетинг миксот составен од четири елементи попознат како 4П. Веќе подолго време во теоријата и практиката се користи терминот 4П како ознака за најзначајните елементи на маркетингот: производот, цената, промоцијата и дистрибуцијата. Но, поради промените во макро и микро маркетинг окружувањето, сé повеќе се јавуваат размислувања за модификации во смисла на проширување, па и скратување на познатите 4П. Трудот испитува дали навистина постои потреба од таква промена или не.

КЛАСИЧЕН МАРКЕТИНГ МИКС: 4П

Терминот "маркетинг микс" за првпат бил спомнат во 1953 година кога професорот Нил Борден (Neil Borden) во своето обраќање на еден состанок на Американската Маркетинг Асоцијација предложил во маркетинг литературата да се користи "рецепт" од корисни состојки кој би го користеле компаниите за подобра продажба на своите производи. Тој рецепт, според Борден, би требало да содржи 12 варијабили над кои компаниите би имале контрола.

Така, оригиналниот маркетинг микс се состоел од[1]:

- политика на производ (product policy),
- услуги (servicing),
- пакување (packaging),
- промоција (promotions),
- изложување (display),
- брендирање (branding),
- лична продажба (personal selling),
- огласување / рекламирање (advertising),
- цени (pricing),
- дистрибутивни канали (distribution channels),
- физичко ракување со производи (physical handling),
- обработка на податоци и анализирање (fact finding and analyzing)

Преку наведените 12 варијабили компаниите можат да ги постигнат своите маркетинг стратегии, односно да го реализираат својот интерес, (создавање профит) преку привлекување на поголем број на потрошувачи. Според Борден, миксот треба да претставува програма која ќе им помогне на менаџерите да ги решат проблемите кои се појавуваат на пазарот кој секојдневно се менува. Меѓу пазарните проблеми тој ги спомнува агресивните промоции, новите производи, намалените цени на конкурентните производи, несоодветната пазарна покриеност, необучениот продажен персонал, неефикасните реклами и сл. Значи од самиот зародиш на идејата за маркетинг микс, тој е инструмент во рацете на компаниите (продавачите) и е наменет за нив, а не за потрошувачите.

Но, оваа листа тешко се памети, па поради тоа, но и поради поголема практичност, познатиот маркетер Е. Џером МекКарти (E.Jerome McCarthy)[2] во 1960-та година ја кондензирал Борденовата листа од 12 варијабили во 4 поголеми категории, популарни како 4П. Денес, оваа класификација претставува "Каменот на Розета" во областа на маркетингот, која темелно се

[1] Dennis Adcock, Al Halborg, Caroline Ross, *Marketing: Principles and Practice*, 4 Edition, UK, 2001, p.168 and Neil Borden, *The Concept of the Marketing Mix,* Journal of Advertising Research, Harvard Business School, Classics, Volume II, September 1984

[2] E. Jerome McCarthy, *Basic marketing: A Managerial Approach*, Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc. 1960

изучува во сите школи на сите нивоа, но и практично се применува. 4П се однесуваат на 4 елементи на маркетингот кои започнуваат на буквата П во англискиот јазик:

- Производ (product) - овој термин се однесува на менаџирањето и маркетингот на производи (физички допирливи производи и услуги) од аспект на нивните карактеристики, бренд, функционалност, стил, квалитет, безбедност, пакување, поправка и сервисирање, гаранции, резервни делови. Овој елемент посебно се однесува на тоа како производите и услугите можат да ги задоволат потребите и желбите на потрошувачите,
- Цена (price) – се однесува на процесот на формирање на цена за одреден производ, ценовна политика и стратегија, вклучително и разни начини и методи на плаќање (количински рабати, готовина, попусти за рано плаќање, ценовна флексибилност, ценовна дискриминација),
- Промоција (promotion) – овде се вклучуваат различни аспекти на маркетинг комуницирањето со цел генерирање на позитивен одговор од страна на потрошувачите. Овој елемент опфаќа рекламирање, продажната промоција, публицитет и односи со јавност, лична продажба, промотивни стратегии (push, pull), буџет за маркетинг комуникации и други методи за промовирање на производ, бренд или компанија,
- Дистрибуција (place) – покажува како еден производ патува од продавачот до потрошувачот и како истиот се пласира на пазарот (продажни места). Исто така дистрибуцијата се однесува и на каналите низ кој се придвижува производот до потрошувачот (посредници), на која географска област, регион и на кој сегмент (млади, фамилии, деловни луѓе, мажи, жени, деца и сл) тој се продава. Дистрибуцијата треба да одговори и на прашањата за пазарното покривање (селективно, ексклузивно), складирањето, залихите, дистрибутивните процеси, транспортот, шпедицијата, реверзибилната логистика и сл.

Целта на постоењето на 4П е повеќе од јасна: да се продаде вистинскиот производ (оној кој го сакаат и бараат потрошувачите) по вистинска цена (која можат потрошувачите да си ја дозволат и се подготвени да ја платат) на вистинско место, со користење на ефективни промоции. Компаниите се тие кои нудат производи или услуга, утврдуваат цена за истите, го промовираат производот давајќи информации за истиот, се грижат за негова брза испорака и обезбедуваат продажни места каде што можат да се најдат производите. Маркетинг миксот е интерно ориентирано орудие на и за компаниите. 4П се параметри кои маркетинг менаџерите можат да ги контролираат и се под влијание на внатрешните и надворешни влијанија и ограничувања на

маркетинг околината. Според Лидер и Киритсис[3], маркетинг миксот 4П е микс на состојки кои го сочинуваат маркетинг колачот на компаниите кои тие го презентираат на потрошувачите.

Но, иако маркетинг миксот е сеопшто прифатен и во теоријата и во маркетинг практиката речиси веќе 50 години, како и секоја добро етаблирана идеја, многу е критикуван.

ПОТРЕБА ОД ПРОМЕНА НА МАРКЕТИНГ МИКС

Маркетинг миксот е рамка која многу се користела во раните периоди од маркетинг концептот, кога физичките производи доминирале во функционирањето на економиите. Денес, кога маркетингот е сé повеќе интегриран во компаниите и кога има широка палета на производи, услуги и пазари, некои автори сметаат дека мискот треба да се прошири и со други елементи како пакување, луѓе, процеси, продуктивност, итн. Постојат и такви автори кои сметаат дека 4П не треба да се менува, па дури и треба да се скрати.

Според Мерсер[4] во реалноста 4П е многу симплифициран модел кој не може во целост да ја презентира комплексната реалност. Но, освен оваа негова слаба страна, концептот 4П се критикува и поради следните причини:[5]

- 4П концептот е многу едноставен за да ја прикаже комплексната реалност на односите на компаниите со потрошувачите,
- маркетинг миксот е повеќе интерно фокусиран, се концентрира на тоа што компанијата треба да направи за да ги привлече потрошувачите. Тој повеќе е фокусиран на активностите на продавачот, а не на активностите на потрошувачот,
- кај маркетинг миксот недостига интеракција и поголема комуникација на компаниите со потрошувачите,

[3] W.G. Leader, N. Kyritsis, *Fundamentals of Marketing,* Stanley Thornes, Ltd, UK, 1990, стр. 12

[4] David Mercer, *Marketing,* II Edition, Blackwell Business, USA, 2001

[5] Constantanides E, *The Marketing Mix- revisited towards the 21st century marketing,* Journal of marketing management, 22, 2004

- концептот 4П е дизајниран и посоодветен за физичките производи отколку за услугите,
- 4П е ограничен кога станува збор за негова примена во одредени специјализирани гранки на маркетингот (маркетинг на односи, маркетинг на потрошувачи, маркетинг на индустриски производи, електронски маркетинг и сл.)
- концептот ја изоставува улогата на другите фактори кои влијаат врз односите на компаниите со потрошувачите, како физичка средина, процеси, продуктивност, искуство од купување и сл.

Моделот 4П, според Мерсер, најдобри резултати дава доколку се применува при маркетирање на производи со ниска вредност за потрошувачите. Индустриските производи, услугите и производите со висока вредност бараат прилагодување на овој модел. Индустрискиот или B2B маркетинг мора да ги има предвид и долгорочните договорни односи кои се типични во набавните трансакции. Маркетингот на односи го набљудува маркетингот од аспект на воспоставување на долгорочни односи со потрошувачите, а не само индивидуални еднократни трансакции.

Сепак, едноставноста на 4П пристапот е најочигледна во услужниот сектор. Доналд Кауел[6] сугерира додавање на уште 2П кон оригиналниот маркетинг микс за истиот да одговара на услужниот маркетинг: луѓе и процеси. Кон овие 6П, Бумс и Битнер[7] додаваат и еден дополнителен елемент: физичка средина. Оттука, оригиналниот 4П концепт за маркетинг на физички производи, треба да се збогати со 3П дополнителни елементи за да биде посоодветен за маркетингот на услуги. Дополнителните 3П елементи се предложуваат поради следните причини:

- Луѓе (people) – луѓето се најзначајната алка кај маркетингот на услужни дејности. Луѓето се оние кои обезбедуваат услуги, тие ги промовираат и продаваат производите, а нивниот изглед, вештини и начин на изразување се одлучувачки кај услужниот маркетинг. Секое лице од услужните компании кое доаѓа во контакт со потрошувачите може да има влијание врз целокупното задоволство од користење на услугата. Без оглед дали потрошувачите ги користат услугите со нивно делумно или целосно вклучување во услужниот процес, интеракциите помеѓу нив и услужната компанија се многу значајни

[6] Donald Cowell, *Marketing for Services,* The Marketing Book, ed. Michael J. Baker, 1994

[7] B.H. Booms and M.J.Bitner, *Marketing strategies and organizational structures for service firms,* American Marketing Association, 1981

за успехот на услугата. Како резултат на ова, услужниот персонал мора да биде добро едуциран и обучен, добро мотивиран. Исто така и другите потрошувачи кои ја користат истата услуга (рок концерт, посета на забавни паркови, спортски настани) можат да влијаат на задоволството на потрошувачот од услугата.

- Процес (process) – го означува процесот на тоа како се однесува компанијата со потрошувачот од првата до последната точка на услужувањето. Тој опфаќа процедури, контроли, пристапност, информациони текови, плаќање, време, брзина на испорака. Процесот на обезбедување на услугите и однесувањето на потрошувачите може да биде круцијален за задоволството на потрошувачот од услугата. Процесот преставува метод и серија на активности во извршувањето на услугите. Лошо дизајнираните процеси често се водат бавно, бирократски и неефективно, а резултатите се незадоволни потрошувачи.
- Физичка средина (physical evidence) – за разлика од производите, услугите не можат да се доживеат, да се користат пред да се испорачаат, што ги прави нив недопирливи. Ова значи дека потенцијалните потрошувачи преземаат поголем ризик кога донесуваат одлука дали да користат или не некоја услуга. За да се намали чувството на ризик и да се зголемат можностите за поголем успех, потребно е на потенцијалните потрошувачи да им се понуди можност да предвидат каква услуга можат да очекуваат да добијат. Ова се прави со обезбедување на физички докази, како дипломи, цертификати, презентирање на досегашно искуство, интериер на давање на услуги, симболи, бренд на услуги и сл. Зградите, возилата, екстериерот, ентериерот, опремата, персоналот, печатените материјали и другите видливи средства овозможуваат допирлива евиденција на услужниот квалитет на фирмите.

Овие седум елементи кај маркетингот на услужни дејности, претставуваат сет од меѓусебно поврзани варијабили со кои се соочуваат менаџерите во услужните компании.

Некои маркетинг теоретичари сметаат дека на оваа П-листа недостасува елементот- пакување (packaging). Логиката е дека е многу важно како производот се презентира пред потрошувачот и пакувањето (амбалажата) е честопати првиот контакт на потрошувачот со производот. Но, според други автори пакувањето е само под-елемент на промоцијата.

Осмиот елемент кај маркетингот на услуги е продуктивноста и квалитетот на услужниот производ. (Productivity and quality). Продуктивноста покажува колку ефективно се искористени услужните инпути кои се трансформирани во аутпути со вредност која треба да ги задоволи потребите на потрошувачите.

Квалитет е степен до кој услугата може да излезе во пресрет на потребите, желбите и очекувањата на потрошувачите. Овие елементи истовремено се контрадикторни и комплементарни и треба да се набљудуваат како две страни од една иста банкнота.[8]

Сепак, има и такви автори кои сметаат дека 4П се и премногу! Така, Алберт Трej[9] предложи постоење на само 2 маркетинг фактори: понуда (offering) и методи и средства (methods and tools). Понудата ја сочинуваат производите, пакувањето, услугите, брендот, цената. Методите и средствата се однесуваат на дистрибуцијата, личната продажба, огласувањето, спонзорството. Со ваквата категоризација сите четири елементи на МекКарти ќе добијат свое место во новите два фактора.

Гуруто во маркетингот, Филип Котлер[10] преферира примена на 4С. Поради тоа што 4П се повеќе ориентирани кон компаниите, тој предлага нивна замена со 4С, односно С-а кои се повеќе ориентирани кон потрошувачот или маркетингот. Поконкретно тој ја предложува следната замена:

- Product = Customer Benefits
- Price = Cost to Customer
- Place = Convenience
- Promotion = Communication

Според Котлер во формулата 4П недостасува најважниот елемент на маркетингот, центарот на маркетинг универзумот – човекот! Маркетингот се прави и е за луѓето, сфатени како потрошувачи и како вработени во производни и услужни компании. Оттука, наместо за производ на компанијата треба да се размислува за бенефициите кои потрошувачите ќе ги добијат од купувањето на производите, цената треба да се набљудува како трошок кој е подготвен потрошувачот да го плати, дистрибуцијата се однесува на погодни места каде што потрошувачот може ги најде производите на компанијата, а промоцијата повеќе е комуникација и воспоставување на долгорочни односи за соработка помеѓу продавачите и купувачите.

[8] Бошко Јаќоски, Снежана Ристевска-Јовановска, Панче Јовановски, *Маркетинг на услужни дејности*, Европски универзитет -Република Македонија, Скопје, 2006, стр. 37

[9] Michael John Baker, Susan Hart, *The Marketing Book,* USA, 2004

[10] Constantanides E, *The Marketing Mix- revisited towards the 21st century marketing,* Journal of marketing management, 22, 2004

Има и автори според кои треба да се применува сосема нова класификација во маркетингот: 4А! Така, Адкок[11] ги предложува следните А како маркетинг микс:

- Awareness
- Availability
- Affordability
- Acceptability

Авторот смета дека оваа класификација 4А е многу успешна и веќе дала реултати од својата примена во компанијата Кока Кола. Значењето на 4А е следно:

- Awareness (свесност) – овој елемент значи дека потрошувачот мора да биде свесен, информиран за постоењето на одредени стоки и услуги кои компаниите ги нудат на пазарот,
- Availability (расположивост) – производот или услугата мора да е на располагање кога му е неопходен на потрошувачот,
- Affordability (пристапност) – потрошувачот мора да си дозволи да го купи производот или услугата и
- Acceptability (прифатливост) – потрошувачот треба да сака да го има и да го прифати производот или услугата.

Сите овие активности на продавачот значат дека со зголемување на 4А тој ќе продава повеќе, а тоа се и основните задачи на маркетингот. Авторот тоа го илустрира на следниот начин:

Табела 1: Распределба на оригиналниот 12П маркетинг микс во новиот 4А

Awareness	Availability	Affordability	Acceptability
- Рекламирање - Промоции - Брендирање - Изложување - Лична продажба	- Канали на дистрибуција - Физичко ракување со производи	- Цени	- Политика на производ - Пакување - Услуги

Извор: Dennis Adcock, Al Halborg, Caroline Ross, *Marketing: principles and practice,* 4 Edition, UK, 2001

[11] Dennis Adcock, Al Halborg, Caroline Ross, *Marketing: principles and practice,* 4 Edition, UK, 2001

Табелата го покажува разместувањето на 12-те варијабили на Борден според моделот на Адкок. Според Адкок на сличен начин можат да се распределат 4П на МекКарти во предложените 4А категории:

Табела 2: Распределба на 4П маркетинг миксот во новиот 4А модел

Awareness	Avaliability	Affordability	Acceptability
Промоција	Дистрибуција	Цени	Производ Услуга

Извор: Dennis Adcock, Al Halborg, Caroline Ross, *Marketing: principles and practice,* 4 Edition, UK, 2001

СОВРЕМЕН МАРКЕТИНГ МИКС – 27П

Според некои современи маркетинг теоретичари, маркетинг миксот треба да се прошири на 27П ако не и повеќе за да биде сеопфатен. Така, се предложуваат следните 27 П[12]:

1. Производ (product),
2. Цена (price),
3. Промоција (promotion),
4. Дистрибуција (place),
5. Луѓе (people),
6. Процес (process),
7. Физичка средина (physical evidence),
8. Цел (purpose),
9. Купувач (purchaser),
10. Стратегии за привлекување / влечење (push/pull),
11. Лични односи (personal relationship),

[12] http://businesscoaching.typepad.com/the_business_coaching_blo/2009/02/marketing-mix-how-many-ps-in-marketing.html (посетено во октомври 2010)

12. Позиционирање (positioning),
13. Пакување (packaging),
14. Убедување (persuasion),
15. Изведување (performance),
16. Проактивност (proactive),
17. Заедништво (pull together),
18. Перформанси (perform),
19. Профитабилност (profitable),
20. Дозвола (permission),
21. Напор (pain),
22. Задоволство (pleasure),
23. Периодичност (periodic),
24. Упорност (persistence),
25. Партнери (partners),
26. Психологија (psychology),
27. Перцепции (perceptions).

Дури според авторот и овие 27П не ја отсликуваат вистинската маркетинг средина на компанијата, но сепак даваат појасна слика за реалноста на маркетингот. Маркетингот не е повеќе само орудие на компаниите за остварување профит, туку многу повеќе. Маркетинг миксот ги подразбира и односи со потрошувачите!

Секако, дека постојат и такви современи автори кои тврдат дека 4П не треба да се менуваат. 4П се добро востановени во теоријата и практиката за маркетинг и ја прикажуваат вистинската цел на маркетингот. Маркетингот е само инструмент на компаниите за привлекување на потрошувачи. Сите критики упатени кон маркетингот се неосновани бидејќи ако се направат подлабоки анализи ќе се утврди дека тие имаат свое место во 4П.

Сепак, колку П и да се додаваат и одземаат на оригиналниот концепт за маркетинг микс, ниту сега, ниту во иднина 4П не можат да бидат само едно П–перфектни! Нема совршен маркетинг микс кој би одговарал за сите производи, сите компании, сите потрошувачи.

Заклучок

Маркетинг миксот , познат како 4П, кој веќе опстојува половина век во теоријата, па и практиката за маркетинг, е на удар на поголем број современи теоретичари кои се заложуваат за негова промена. Некои сметаат дека концептот треба да се прошири, некои дека треба да се скрати, но има и такви кои предложуваат сосема нови маркетинг миксови. Анализите покажуваат дека маркетинг миксот има свои слабости, но и новите предлози не се совршени. Денес, ниту науката, ниту практиката, нема понудено перфектен маркетинг микс кој би одговарал на целите на компаниите, односите со потрошувачите во изменетите и динамични маркетинг средини. Оваа тема многу е актуелна и се истражува најмногу во земјата каде е и роден маркетингот. Трудот е само обид да се наметне едно вакво размислување за можна промена на 4П. Сите воспоставени принципи можат да се менуваат, но доколку се докаже дека промените се логични и практично одржливи.

Summary

The marketing mix, commonly known as 4P, that exists almost half a century in the theory and marketing practice, is nowadays critiqued by the new, modern marketing authors. Some authors suggest its broadening to 7P, 8P, even 27P and more, some its shortening, but there are even some authors who are proposing totally different and brand-new marketing mix. Analysis is showing that the marketing mix has its own downsides, but even though, the new proposals are also not so perfect. Nowadays, not the science, neither the practice has been offered a perfect marketing mix that will fit all the companies, all the products and services, all the consumers. This topic is becoming more and more actual and it is a subject of a research especially in the country where the marketing was born. This material is just a glance of what modern authors are thinking of. And as Samuelson said, all the classical principles can be altered if the changes are to be logical and practically sustained.

Key words: *marketing, 4P model, changes of marketing mix*

Литература

- Бошко Јаќоски, Снежана Ристевска- Јовановска, *Маркетинг*, 2-ро издание, Европски универзитет -Република Македонија, Скопје, 2009
- Бошко Јаќоски, Снежана Ристевска-Јовановска, Панче Јовановски, *Маркетинг на услужни дејности*, Европски универзитет -Република Македонија, Скопје, 2006
- B.H. Booms and M.J.Bitner, *Marketing strategies and organizational structures for service firms,* American Marketing Association, 1981
- Constantanides E, *The Marketing Mix- revisited towards the 21st century marketing,* Journal of marketing management, 22, 2004
- David Mercer, *Marketing,* II Edition, Blackwell Business, USA, 2001
- Dennis Adcock, Al Halborg, Caroline Ross, *Marketing: principles and practice,* 4 Edition, UK, 2001
- Donald Cowell, *Marketing for Services,* The Marketing Book, ed. Michael J. Baker, 1994
- E. Jerome McCarthy (1975)"*Basic Marketing: A Managerial Approach*," Fifth edition, Richard D. Irwin, Inc.
- Michael John Baker, Susan Hart, *The Marketing Book,* USA, 2004
- Neil Borden, *The Concept of the Marketing Mix,* Journal of Advertising Research, Harvard Business School, Classics, Volume II, September 1984
- Paul Russell Smith, *Great Answers to tough marketing questions,* II Edition, Kogan Page Viva, 2003
- Philip Kotler, *Marketing, Management, Millenium Edition*, University of Phoenix, Pearson Custom Publishing, 2002
- Philip Kotler, *Marketing Isights from A to Z-80 Concepts Every Manager Needs to Know*, New Jersey, John Wiley and Sons, Inc, 2003
- Cristian Gronroos, *From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm shift in Marketing,* MCB University Press, Management Division, Vol. 32, No.2, 1994
- W.G. Leader, N. Kyritsis, *Fundamentals of Marketing,* Stanley Thornes, Ltd, UK, 1990

Интернет:

- http://www.accessmylibrary.com
- http://businesscoaching.typepad.com
- http://marketingforbeginner.blogspot.com
- http://www.imagri.com.au/EducationCentre
- http://www.netmba.com/marketing/mix/

37.091.12 : 005.963.5

Доц. д-р **Виолета НАУМОВСКА**

СТРАТЕГИЈА ЗА ДИЗАЈНИРАЊЕ НА МОДЕЛ НА ПРОФЕСИОНАЛНО УСОВРШУВАЊЕ НА НАСТАВНИЦИТЕ

Апстракт

Дизајнирањето, сфатено како процес на реализација на визијата и конкретна поддршка за реализација на новите вредности и верувања и нивно место во збогатената организациска култура, е пресудна фаза за остварувањето на промената. Затоа дизајнирањето треба да обезбеди јасно артикулирана суштина за потребните промени во структурта, процесите и односите.

Со согледување на актуелните состојби во однос на професионалното усовршување (ПУ) на наставниците во воспитно образовниот систем, се јавува потреба од ***дизајнирање на систем за ПУ.*** *Причина за тоа е непостоењето на таков систем во практиката, што подразбира непостоење на јасна стратегија, конкретна програма и организациски поставен систем за таа цел.*

*Дизајнираниот систем треба да ја поврзе сегашноста (****како е),*** *со иднината* ***(како сакаме да биде)*** *низ конкретно поставена организациска технологија* ***(како треба да работиме)*** *во одбраната насока.*

Клучни зборови: *професионално усовршување (ПУ), стратегија, воспитно образовен систем (ВОС),наставници*

Вовед

Економските прилики во државата се најсилен репер за потребите од образование како и за состојбите во истото. Силината на нивната заемна поврзаност и условеност е суштински показател за здрава клима и здрави односи и во другите општествени области. Во наши услови на задоцнет економски развој и општествени прилики во кои индивидуата најчесто е

прекубројна, непотребна и нема надворешен мотив за развој, треба да се пронајде силен внатрешен двигател.

Воспитно-образовниот систем во делот на основно и средно образование, е во целосна монополска позиција, исклучокот според опфатот на популацијата е занемарлив, па главна карактеристика на оваа ситуација е понудата. Во ваква нарушена средина која почива само на елементот - клиент (ученик, родител, фирми), а во недостиг на елементот конкуренција, клиентот може само да ја прифати понудата. Нарушената средина нужно води кон нарушување во системот.

Во слободни пазарни услови, клиентот и конкуренцијата би биле единствена целина, во која конкурентноста би била сфатена во најпозитивна смисла, т.е. конкурентноста би имплицирала будност кај конкурентите, а со самото тоа би го поттикнувала нивниот развој. Во овие услови, воспитно-образовниот систем во Р. Македонија е ставен во позиција тој да биде двигател во општеството што и не е далеку од основната негова задача, но овојпат тоа треба да се сфати повеќе како шанса системот да си ја врати загубената позиција во општеството т.е. да си ја поврати сопствената вредност. Секако тоа ќе може да се оствари пред сè со согледување на сите негативни состојби и процеси во самиот систем и нивно преуредување во посакувана насока.

Дали се потребни промени и што е тоа што треба да се промени, се првите прашања кои произлегуваат од дадената можност. Доволно е да се постави прашањето дали воспитно образовниот систем, неговата структура, стратегија и начин на кој се води, соодветствува на барањата на неговата интерна и екстерна средина. Одговорот на ова прашање ќе ја даде суштината на промената, ќе ја дефинира потребата од промена. Во зависност од потесната област на промената се отвораат и одговорите, но за сите промени заедничко е тоа што само планираните промени може успешно да се водат. Прв услов за тоа е во планирањето и реализирањето на промената да се опфатат и ангажираат сите кои се зафатени од неа, со сето свое знаење и искуство.

Воспитно-образовниот систем, сам по себе, не може да создаде конкурентна средина во институционална смисла, но може да внесе конкурентност во својот крвоток, поставувајќи си ги резултатите, т.е. квалитетот на работата како услов и причина за негово функционирање. Високо позиционирање на ВО систем во системот општествени вредности би била неговата крајна цел.

Во дадениов општествен момент, професионалното усовршување на наставниците, осмислено низ еден функционален модел, во кој пред сè ќе се води сметка за усогласување на потребите и интересите и на индивидуите и на системот, како битен предуслов за ефективни организациски промени, може да биде тој адитив кој ќе го раздвижи системот во насока на негово

високо позиционирање во општеството но и во насока на долгорочно позитивно влијание врз општествените текови во најширока смисла.

Низ анализи и согледувања на наведената проблематика, трудот дефинира стратегија за дизајнирање на модел за професионално усовршување, применувајќи системски пристап кон професионалниот развој на наставниците.

1. Стратегија за дизајнирање на модел на професионално усовршување на наставниците

Стратегијата за дизајнирање на професионалниот развој на наставниците треба да го овозможи единството на **е, треба,** и **сака**, т.е. како е, како сакаме да биде, и каква треба да биде активноста во посочената област како треба да биде насочен и управуван професионалниот развој на наставниците за да придонесе за ефикасно и ефективно подобрување на квалитетот на севкупната воспитно-образовна работа.

Согледувајќи ја системски состојбата како во ВОС така и во професионалниот развој на наставниците, стратегијата за дизајнирање на модел за ПУ треба да биде во насока:

- да создаде организација која ќе биде способна да дава квалитетна услуга за организациско оспособување, за **ефективност и ефикасност** при постигнување на **поставените цели** во ВОС како негова основна и крајна цел,
- да одговори на **предизвиците и притисоците** на екстерната средина сфатени како општи барања на главниот консумент на воспитно-образовните услуги во општеството, како и предизвиците од техничко- технолошки аспект (**развојно дејство**),
- да одговори на барањата на контекстот-интерната средина преку мобилизирање на внатрешни и надворешни сили одговарајќи на потребата за **ургентно-лекувачко дејство**,
- да го почитува природното разграничување преку права и обврски на сите сегменти во системот преку нивно интегрирање низ **тимска работа**, како на ниво на сегменти така и меѓу нив, правејќи компактна целина,
- согласно комплексните барања на ВОС, да се примени **системски приод** при моделирање на професионалниот развој на наставникот заради урамнотежување на севкупните интереси на системот низ

функционално димензионирање на релациите меѓу потсистемите (обука, вовед, практика).

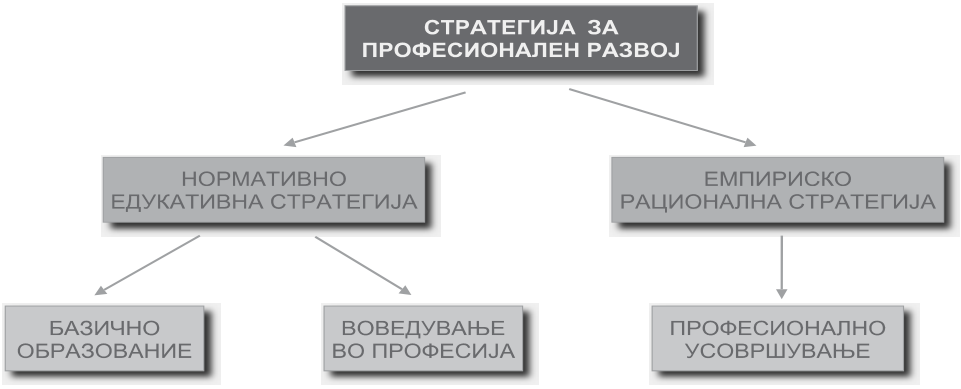
Сите овие правци при дизајнирањето на моделот треба да се усогласат во насока на **посакуваната цел-секогаш и на секое образовно ниво да имаме наставник кој ќе одговори на потребите** кои не се еднаш засекогаш зададени.

Од овие причини и самиот дизајн треба да биде во функција на постојните и постојани промени и да има проактивен однос во однос на нив. **Проактивноста** е гаранција **за живот на моделот** кој треба да претставува **симбиотичко обединување меѓу структурата, процесите и луѓето** кои ја остваруваат координацијата меѓу структурата и процесите.

Во дадените околности, стратегијата со намера да биде **Стратегија за едно цело**, е комбинација од **Нормативно-реедукативната и Емпириско-рационалната стратегија.**

Цел на ова поврзување на стратегиите е **ефикасно и ефективно подобрување на квалитетот на работата на наставниците што ќе овозможи опстојување, раст и развој на наставната професија.**

Секоја фаза на развој, доколку се има намера да се изгради интегриран систем на професионален развој, треба да создава основа, да биде основа на наредна фаза на развој. Од наведената причина, стратегијата се однесува т.е. развива во трите насоки на професионален развој на наставниците во основното и средното образование.



Сл. 1 Стратегија за професионален развој

Методологијата за дизајнирање на моделот (Ц. Смилевски, 2000:95-98) за ПУ на наставниците својата делотворност ја обезбедува базирајќи се на:

- **Интегралност на планираната промена**
  - **интегралност** во самата промена, т.е. **што** сакаме да промениме, **како** сакаме **да изгледа** тоа што го менуваме и **како да дојдеме** до посакуваното,
  - **интегралност** на сите акции во однос на промената како на ниво на потсистеми така и на ниво на целиот систем за ПУ,
- **Трансфер на промената** како силен одраз и поддршка на интегралноста како на промената така и на системот:
  - **трансфер** на новата индивидуална практика од **работилницата за учење** кон практиката на **работното место**,
  - **трансфер** на **индивидуалното знаење** произлезено од промените **кон другите** т.е. своите колеги, подредени и слично,
  - **проактивно користење** на стекнатото знаење кон промената.
- **Спиралност на сите промени** заради нивно остварување во секоја фаза, но и заради континуираната условеност и поврзаност на проблемите и промените:
  - **спиралност** во фазите но спиралност и во целината прават **букет од спирали**, т.е. секоја индивидуа во промената и секоја фаза од системот на промени, треба да се подготвуваат за **спиралното опфаќање,** бидејќи спиралноста освен **следственост** има и **слеаност** на акции и актери.

Методологијата за дизајнирање во контекст на кажаното, при градење на моделот ќе се базира на барањата на контекстот интерен и екстерен, на техничките и технолошките услови во кои тој ќе се развива.

2. Структура на професионален развој

Бидејќи стратегијата за професионален развој е според Адижес методологијата која го има за основа системскиот пристап, таа е во насока на **превентивност, лекување** и **одржување** на системот за професионален развој на наставниците како основа за негов **понатамошен развој**. Затоа стра-

тегијата има директна имплементација во структурата на професионален развој на наставниците која произлегува од неа.

2.1. Базичното образование на наставниците-прва фаза во професионалниот развој

Во **првата фаза** на **професионален развој** на наставниците, обуката или **базичното образование**, има простор за **нормативно-реедукативна стратегија** која ќе овозможи воведување на некои нови правила и прописи, а врз база на проценување на постојните.

Од направените анализи и истражувања може да се согледа дека актуелната поставеност на базичното образование не ги задоволува пред сè неговите консументи кои по неговото завршување не се чувствуваат доволно обучени за извршување на наставничката професија. Воедно и професорите од Наставничките факултети, најчесто во своите студенти не гледаат идни наставници[1]. Комплексноста на вака поставени позиции нужно бара и комплексен приод во решавање на овој проблем. Од приодот и решавањето на проблемите во оваа фаза, ќе зависи и успешноста во надоградувањето со другите две фази во професионалниот развој на наставникот. Проблемот пред сè, е лоциран во влезот на кандидати за наставници и несоодветниот избор на кандидати, потенцијални наставници.

„Училиштето наспроти другите индустрии, истовремено е производител и потрошувач на работна сила со висок квалитет. Ако сака солидно да ги снабдува останатите потрошувачи на работна снага, со секоја генерација и се подобро, мора за себе да земе доволен дел од своите најдобри производи, како би обезбедил квалитет на следната своја жетва.“ (Кумс, 1971:28).

Постојните критериуми за селекција на потенцијални наставници гледано од аспект на постигнати резултати во практиката, укажуваат на потреба за дополнителни интервенции во оваа насока. Постојната ситуација може да се подобри, а во континуитет и да се разреши, со поставување на нова практика во неколку насоки:

а) Засилени критериуми за влез

Ова подразбира почитување на стандардите за регрутирање и селектирање на кандидати.Во променети услови во кои според новите правила,

[1] Изведените заклучоци произлегуваат од резултатите на емпириското истражување направено во склоп на трудот.

пристапот на студенти треба да биде без приемен испит, а интересот за наставничката професија е голем, сепак треба да се применат фазите на Менаџмент на човечки ресурси (Т. Христова, 1996:27-31)[2]: **привлекување, поддржување** и **мотивација** на потенцијалните наставници. Проширувањето на квотата, треба да биде врз база на согледани потреби. Така**, потенцијалните кандидати** треба да настапат со соодветно **сумативно портфолио** на нивниот дотогашен развој како ученици. Освен постигнатите резултати во учењето, треба да се вреднува и нивната слика како средношколци:

- редовноста на наставата, успех, пофалби, признанија,
- карактеристиките на личноста,
- односот кон опкружувањето,
- препораки за подобност за наставничката професија (нивните наставници како дел од наставничката фела, може во оваа насока со детални согледувања за ученикот да дадат валидно мислење, на тоа ќе ги обврзе и сериозноста на самиот чин-пишување препорака за иден свој колега).

По ваквото регрутирање на кандидати, потребно е да се спроведе дополнителна селекција, низ интервју и тестирање во насока на процена на **општите барања за подобност за професијата наставник**[3], без разлика на програмските подрачја и наставните предмети и тоа со процена на:

- афинитетот кон наставничката професија,
- интелектуални способности,
- професионални мотиви,
- општа култура,
- позитивни црти на карактерот,
- демократски став кон образованието,
- комуникациски вештини.

Со ваков приод може да се добие сознание за тоа каков е **човечкиот потенцијал на идниот менаџер на наставниот процес** со што се дава пред-

[2] Авторот прави разлика меѓу менаџмент на човечки ресурси и менаџмент на персоналот при што првиот е во контекст со кажаното.

[3] Овие барања се наведени во документот „Професионален и кариерен развој на наставникот во ССО, (2003:).

ност на **да се биде** пред **да се знае**. Знаењето е полесно мерлива и менлива категорија за разлика од категоријата **да се биде**. Суштинска карактеристика на **потенцијалниот наставник-менаџер** е во тоа **каков е тој како човек**, дали **е роден за учител** а потоа тој ќе се научи **да знае да биде добар учител**.

Според Адижес во кодот карактеристики на личноста на наставникот состојбата треба да биде **Paeі**[4] со што треба да имаме менаџер кој влева почит и доверба кој е флексибилен кон средината и условите и подготвен за промени во себе и околу себе. **Целосно пополнетиот код на идниот наставник** ќе придонесува низ базичното образование, воведот во професијата, а понатаму и практиката, наставникот-менаџер да ги развива елементите на кодот и на секој од нив во одредени фази на наставата да му придава нагласено значење. Заради сложеноста и комплексноста на наставничката професија, а во тој контекст важноста на селекцијата на кандидати за наставници, ја нагласувам потребата од идентификување на сите елементи во кодот на карактеристики кај потенцијалните наставници, укажувајќи на секој од нив поодделно.

Елементот **P** во кодот укажува на насоченост на наставникот кон поставената цел во неговата работа, било да е тоа на глобален, тематски план или пак на ниво на методска единица, **реализација на целта** е суштина на неговата работа. Елементот **A** укажува на потребата за давање важност на **процесите** низ кои наставникот ќе ја реализира поставената цел на трите нивоа на нејзината поставеност, т.е. **како** целта да се рализира. Елементот **E** зборува за способноста на наставникот да ги **креира идните дејства** со **проактивен** однос кон можните проблеми што провоцира иден развој на поставената цел. Елементот **I** ја нагласува способноста на наставникот да направи **интеграција на целта и процесите низ активно вклучување на носителите на тие процеси–учениците,** на кои наставниот процес им е наменет. Притоа учеството на учениците е активно доколку им обезбеди чувство за **припаѓање** кон целината, чувство за **споделена моќ** на носење и спроведување одлуки, чувство за **слобода** при одлучување и спроведување на одлуките, чувство на заемна почит и доверба како основа за средина која развива **љубов** за нас самите и за сè што е околу нас и сето погоре кажано на начин кој ќе биде **забавен** за сите учесници во процесот.

Потенцијалниот наставник пред сè треба да **има афинитет да се справува со конфликти** сфатени како движечка сила на наставниот процес, како конфликти кои нужно ќе произлезат од разликите меѓу учениците, нивните когнитивни способности, нивните убедувања, верувања и сл**. Вештината на**

[4] Наставникот треба да има коплементарен код со нагласена функција на P елементот. Доколку наставникот има код P---, тогаш неговите ученици ќе бидат „смотани“ (И. Адижес, 1998:72)

наставникот за професијата се согледува низ тоа **колку успеал конструктивно да ги впрегне конфликтите**.

Тенденцијата на овој приод при селектирање на кандидати не е да се мери прецизно тешко измерливата човечка суштина, туку да се добие едно согледување за основните карактеристики, услов за припадност на професијата наставник. Нужноста од ваквиот пристап произлегува од тоа што **никој не може да го даде она што го нема.**

б) Поттикнување и следење на развојот на студентот низ студиите

Психолошки договор[5] меѓу студентите и наставниот кадар на факултетите, е нешто што треба да се воспостави уште на стартот на студиите, т.е. при самото воведување на студентите во институцијата од каде треба да излезат како подготвени наставници. На оваа потреба укажува фактот што студентите посебно оние кои се подготвуваат за одделенска настава, по двата витални предмети - математика и мајчин јазик, постигаат слаби резултати, кои најчесто се меѓу 6 и 7[6], што сигурно не е мерка за квалитет.

Заради специфичната природа на професијата-наставник, на овие факултети не треба да се оценува со вообичаени оцени, туку сè додека не се постигне потребниот квалитет, т.е. се **додека целта на предметот секој индивидуално не ја реализира целосно, да не се пишува оцена**. Ваквиот пристап ќе овозможи висок степен на постигнати знаења како и природна селекција низ самото студирање.

Во однос на програмите по кои се подготвуваат студентите за одделенски наставници, општо за сите предмети за кои е предвидена и соодветна методика, може да се забележи одвоеност на предметот од методиката за него[7].

Методиката **треба симултано да го прати предметот.** На тој начин студентите ќе бидат во можност непосредно да учат како се трансформира стручното знаење во методска единица. Способноста за Дидактичко-методската трансформација на знаењето во наставна единица, е битна способност на идниот наставник.

Со студентите треба да се работи така како што тие треба да работат со своите ученици.

---

5 Терминот психолошки договор означува усна искрена согласност на актерите во партнерски активности. (Ц. Смилевски, 2000:92)

6 Согледано од емпириските дел на трудот.

7 Согледано од „Прирачникот за студенти на одделенска настава“, Педагошки факултет „Св. Климент Охридски“ - Скопје, 2008 г., како и „Прирачникот за наставно-научна дејност“ при ПМФ - Скопје, 2008 г.

в) Компатибилност на студиските програми со наставата во училиштата

Студентите кои се подготвуваат за работа во предметна настава, треба да се подготвуваат за наставници. Но, според програмите, тие се подготвуваат повеќе теоретски и нивните стручни знаења според постигнатиот успех, најчесто се на добро ниво, но недостига оспособеност за дидактичка методска трансформација на знаењето[8].

Потребно е поголемо насочување кон она што тие ќе го работат како наставници, во содржинска смисла т.е. наставните програми на факултетите треба да кореспондираат со наставните програми кои ќе ги реализираат како наставници, како и во смисла на нивно оспособување за трансформација на знаењата во наставен предмет.

г) Интегрално трансферирање на стручните знаења во знаења и вештини на профилот на работа.

Интегралното трансферирање на стручното знаење во професионално знаење и вештини, како процес кој понатаму ќе го следи наставникот во неговата работа, треба да се остварува низ сопствена практика која ќе започне во:

- **студентската група,** пред своите колеги, каде во соработка со професорот и асистентот, ќе организира наставни часови и со тоа ќе вежба низ практична работа.
- Ќе продолжи низ:
- **работа во вистинска училишна атмосфера**, помогнат од својот ментор, (за ова треба да се отвори поголем временски простор во наставните програми)
- Дополнителна можност за подготовка низ практика, може да се оствари низ:
- **платена практика низ студирањето,** (по втората година од студиите)[9] каде студентот ќе врши замена на наставници кои се на ПУ или пак се отсутни од други причини.

Можноста за вклучување во платена практика треба да биде поткрепена од препорака на професор-методичар од соодветниот предмет или група предмети. Оваа практика освен финансискиот мотив, на студентот ќе му носи и кредити добиени на база на мислење на директорот и другиот стручен

[8] Согледано од емпирискиот дел од трудот.

[9] Ваква практика има во Франција. Извор Key data on Education in Europe, (2002:121)

кадар за извршената работа. Овие мислења, како препораки може да се валоризираат при конкурирање за работно место, а понатаму периодот поминат во практика по било која основа да влезе во приправничкиот стаж. На овој начин се овозможува пократок временски период до полагањето на приправничкиот испит кој води кон самостоен наставник.

Друга можност може да произлезе и во случај на невработен наставник почетник кој што низ студиите а потоа и низ времени вработувања собрал практичен стаж потребен за полагање приправнички испит и без разлика што не е вработен да има можност да полага приправнички испит. Евидентирањето на кандидатите со вакви потреби би одело на локално ниво[10], а организацијата на полагањето би била во соработка со БРО.

Сертификатите кои студентите низ студиите ги стекнуваат на **лична иницијатива**, а во насока на унапредување на ПРН, се вреднуваат во наставничкото портфолио од кое произлегува кариерниот развој.

Сето ова ќе придонесе за поквалитетна едукација и конкурентност при самото студирање кое понатаму ќе продолжи и при вработувањето.

2.2. Воведување во професијата - втора фаза на професионален развој

Според постојната регулатива[11], наставникот полага приправнички испит една година по првото вработување. Во годината на приправнички стаж, во работата тој има поддршка од **наставник- ментор.**

Од постојната практика може да се согледа дека:

- менторот го назначува директорот на училиштето, без јасна методологија на избор,
- нема конкурентност при изборот,
- соработката меѓу наставникот и менторот е повеќе формална отколку практична,
- полагањето на приправничкиот испит е повеќе од формален карактер, со познат исход.

Заради подобрување на ефектите од работата во овој период на професионално воведување, потребни се корекции на системот на воведување во професијата.

[10] Со ова ќе се овозможи евиденција на расположив кадар на ниво на општина.

[11] Закон за основно и средно образование, „Службен весник на РМ“, бр. 52, членови 77 и 78.

Суштинска е улогата на менторот во периодот кога го води и воведува наставникот почетник во професијата, затоа главните корекции треба да се направат во насока на правилен избор на ментор кој за оваа намена треба да ги активира нагласено своите **PAEI** карактеристики.Соодветен модел за комплементарен код на **наставникот–ментор** би бил **PAei** кодот.

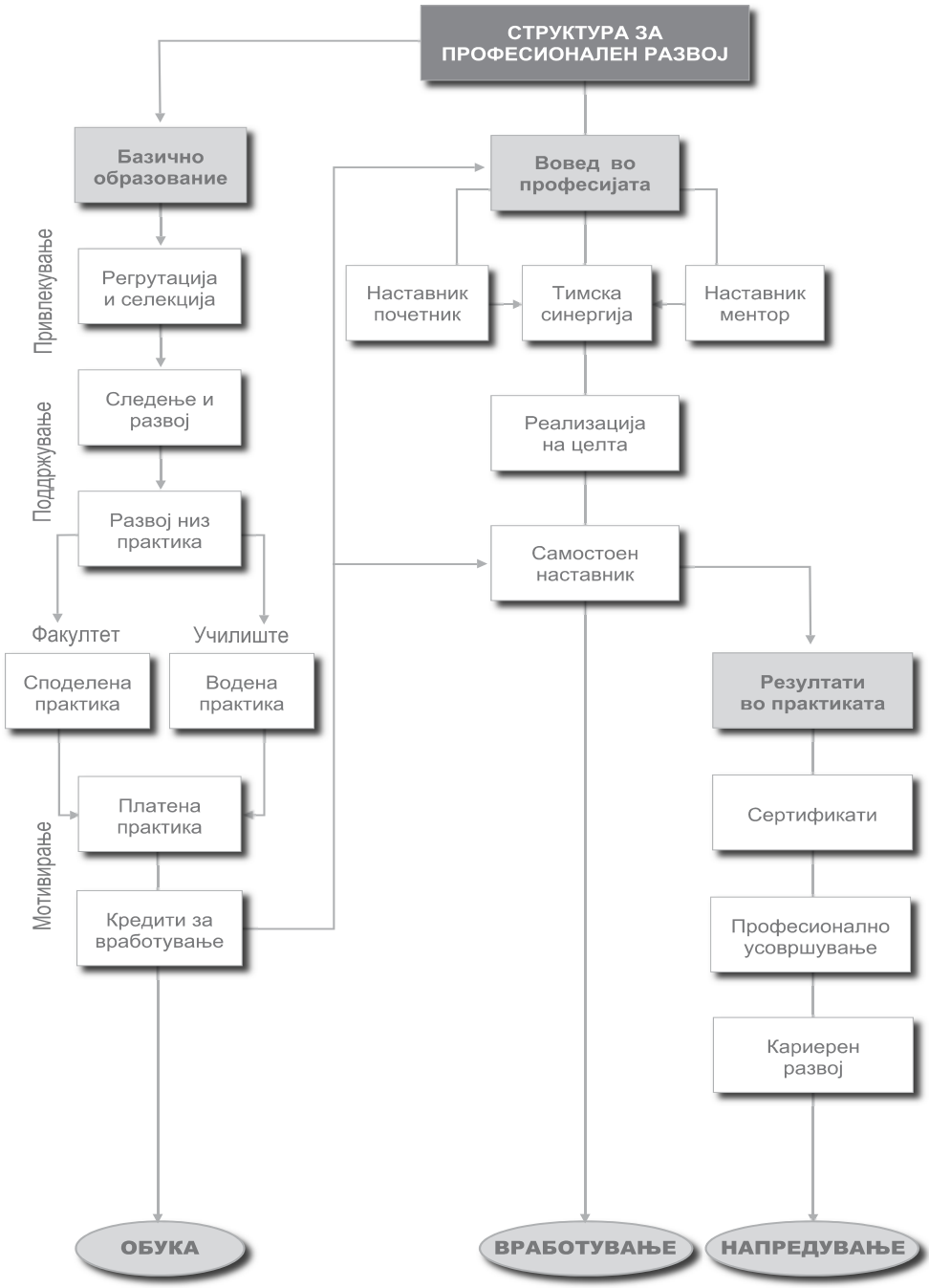
Во однос на назначувањето на наставник - ментор, треба да има:

- **Методологија** за избор на ментор која треба да се базира на: постигнати резултати во наставната работа, согледани врз база на повеќегодишни сумативни согледувања (наставничко портфолио); развивање на наставни и дидактички материјали и нивно ширење; објавени трудови од областа на работење; работа и резултати со талентирани ученици; менторство на студенти; професионално усовршување на кандидатот за ментор низ институциите на системот, како и самоусовршување,
- **Конкурентност** на позицијата ментор треба да подразбира: можност на интерен, училишен конкурс, или пак на ниво на општина да се конкурира со поднесување на програма за воведување на кандидатот во професијата, која ќе има содржинска и временска димензија, со нагласена обука на приправникот за следење и мерење на сопствените резултати. Потоа **стручниот актив** од соодветната област ја прави селекцијата, поднесува **предлог** до **Наставничкиот Совет** кој се изјаснува по предлогот за ментор, т.е. дава **поддршка** на истиот а **директорот** врши **назначување**,
- **Мотивираност** на кандидатот за ментор опфаќа: услови за работа изразени низ временски простор за работа (помал фонд на наставни часови во интерес на менторската работа); материјална сатисфакција; можност менторството да прерасне од времена во професионална квалификација и во тој случај кога нема ангажман со воведување во професијата, менторот ја унапредува наставната практика на ниво на училиште и пошироко,
- **Одржливост** на профилот – ментор подразбира: менторот ја унапредува практиката од својата област на ниво на училиште, насочен е кон обука на наставниците за мерење и согледување на резултатите непосредно поврзани со воспитно образовната цел; ја следи работата на својот стручен актив и на неговите членови посебно, ги насочува активностите и ги следи резултатите на ниво на актив, поддржува тимска работа, бара решенија за проблемите во насока на подобрување на резултатите; соработува со другите тела и органи во училиштето во насока за развој на наставата; го информира директорот за квалитетот на наставниот процес во својата област и остварува соработка во насока на усогласување на барањата и

потребите на менаџментот и наставниците; соработува со ментори од своето училиште како и други училишта во општината; можност за унапредување во ментор-методичар.

- **Формирање на профил - ментор методичар**

Менторите се потенцијален тим за ПУ во училиштата, општината па и пошироко. Позицијата ментор може да биде основа за добивање на највисок статус во професијата наставник, а тоа е ментор - методичар. Соодветен модел за комплементарен код на наставникот **ментор-методичар** би бил **PaEi** кодот.**Менторот методичар** нема директна наставна практика, тој е задолжен и одговорен пред директорот, а доколку е ангажиран на локално ниво, одговорен е пред соодветниот сектор на локално ниво, за подобрување на квалитетот на наставата во училиштето, дава насоки за ПУ на наставниците, придонесува за развој на квалитетот и на локално ниво.По предлог на училиштето (**Тимот за развој на наставата-ТРН** и **менаџерскиот тим**), а во соработка со Биро за развој на образованието-БРО, **менторот-методичар** го избира **локалното тело** за образование. Можноста за здобивање на трајна позиција ментор како и понатамошно напредување, зависи пред сè од успехот постигнат во процесот на воведување и понатамошната соработка со кандидатот, што е дополнителен мотив за менторот.


СТРУКТУРА ЗА ПРОФЕСИОНАЛЕН РАЗВОЈ
Базично образование
Вовед во професијата
Привлекување
Регрутација и селекција
Наставник почетник
Тимска синергија
Наставник ментор
Следење и развој
Поддржување
Реализација на целта
Развој низ практика
Самостоен наставник
Факултет
Училиште
Споделена практика
Водена практика
Резултати во практиката
Платена практика
Сертификати
Мотивирање
Кредити за вработување
Професионално усовршување
Кариерен развој
ОБУКА
ВРАБОТУВАЊЕ
НАПРЕДУВАЊЕ

Сл.2.Функционално поврзување на фазите за професионален развој

Наставниците - почетници исто така даваат свое мислење за менторот и неговиот ангажман во нивното воведување (кандидатот и менторот водат дневници за својата соработка).

Менторот го прати професионалниот развој на својот кандидат и по успешното завршување на неговиот приправнички испит.

Во однос на полагањето на приправничкиот испит, согласно Националната програма, понагласена улога треба да има Локалната власт преку своето Тело за образование како и стручните активи на локално ниво, а испитот треба да се одвива според стандарди пропишани од државата.

2.3. Професионалното усовршување на наставниците - трета фаза на професионалниот развој

Во согласност со поставената **визија-квалитет во сè што се работи во училиштето,** работите треба да се следат, мерат, менуваат и унапредуваат таму каде што се случуваат, потребно е интегрирање на професионалното усовршување во воспитно образовниот систем на секое ниво.

Капацитетот за ПУ е во самите училишта. Тука се и давателите на услугите (наставници, ментори, методичари) и непосредните корисници (наставниците и другиот стручен кадар) како и посредните корисници (учениците).Тука е и природното опкружување според кое може да се проектираат очекувањата, да се измерат постигнатите резултати и да се согледаат потребите за промени. Училиштето е природна средина за учење, наставниот процес не е шема, тој е жив модел. Поврзаноста на интересите и потребите на сите учесници во воспитно образовниот процес е целосно меѓусебе условена т.е. таа е како системот на верижно поврзување.

Во училницата:

- Ученикот има **потреба** за квалитетно образование заради свој индивидуален развој и идни перспективи,
- Наставникот има **интерес** од квалитетна работа, заради задржување на постојната позиција но и заради напредување во професијата и привелегии кои произлегуваат од тоа, тој ги поврзува личните потреби на учениците со реализацијата на својата цел.

Во училиштето:

- Наставникот има **потреба** од квалитетна работа заради индивидуален развој во професијата, лична сатисфакција низ постигнати резултати,

како и можност за признанија од средината, изразени низ разни форми, т.е. кариерен развој,

- Училиштето има **интерес** од квалитетна работа на наставникот заради градење на свој препознатлив имиџ и позиција како на локално така и на пошироко ниво.

Во локалната средина:

- Училиштето има **потреба** од квалитетна работа заради личен развој лична сатисфакција низ постигнати резултати, како и можност за формални признанија и бенефити од локалната средината,
- Локалната средина има **интерес** од квалитетната работа на наставникот, а со тоа и на училиштето, затоа што ќе стане посакувано место за живеење, можност за поголем број даночни обврзници, како и стимули од државата.

Во државата:

- Локалната средина има **потреба** за квалитетна работа во образованието и квалитетно образование на своите граѓани заради нејзин развој и напредување,
- Државата има **интерес** од развивањето на локалните средини, бидејќи тоа е услов за нејзин развој изразен низ даноци, квалитетни услови за живот, висок стандард во сите сфери на живеење, нејзино котирање во регионалната и светската поставеност на успешни демократски општества.

Доколку наставникот будно ја следи својата практика, таа ќе биде негов природен извор за ПУ, главна инспирација за ПУ. Училницата и училиштето се основните клетки во кои може и мора да се усогласат интересите и потребите на сите учесници во посакуваните насоки.

Самото **училиште** треба да биде **микро модел** за ПУ на наставниците, со сите карактеристики на таквиот модел.

Заклучок

Стратегијата за дизајнирање на професионалниот развој на наставниците треба да го овозможи единството на тоа: како е, како сакаме да биде и каква треба да биде активноста во посочената област. Согледувајќи ја системски состојбата како во ВОС така и во професионалниот развој на наставниците, стратегијата за дизајнирање на модел за ПУ треба да придонесе за ефикасно и ефективно подобрување на квалитетот на севкупната воспитно образовна работа.Затоа нејзиното формулирање и имплементација се насочени кон трите фази на професионален развој на наставникот:базичното образование, воведот во професијата и професионалното усовршување.Од овие причини и самиот дизајн е во функција на постојните и постојани промени и има проактивен однос во однос на нив.

Проактивноста е гаранција **за живот на моделот** кој треба да претставува **симбиотичко обединување меѓу структурата, процесите и луѓето** кои ја остваруваат координацијата меѓу структурата и процесите.

Во дадените околности, стратегијата со намера да биде **Стратегија за едно цело**, е комбинација од **Нормативно-реедукативната и Емпириско-рационалната стратегија.** Цел на ова поврзување на стратегиите е **ефикасно и ефективно подобрување на квалитетот на работата на наставниците што ќе овозможи опстојување, раст и развој на наставната професија.**

Секоја фаза на развој, доколку се има намера да се изгради интегриран систем на професионален развој, треба да создава основа, да биде основа на наредна фаза на развој. Од наведената причина, стратегијата се однесува т.е. развива во трите насоки на професионален развој на наставниците во основното и средното образование.

Conclusion

The strategy of designing the professional development of teachers should provide a unity of what it is like, how we would like it to be and what action should be taken in the respective area. By analyzing systematically the condition of the higher educational system as well as in the professional development of teachers, the strategy of designing a model of professional improvement should contribute to the efficient and effective improvement of quality of the entire educational system. Therefore, its formulation and implementation are aimed at the three stages of professional development of teachers: basic education,

induction into the profession, and professional improvement. For these reasons, the design itself works towards the current and constant changes and maintains a proactive relationship with them.

The '**hands-on**', proactive strategy assures the **endurance of the model** that should represent **a symbiotic unity between the structure, the processes, and the people** who coordinate the relation between structure and processes.

Thus, a strategy that aims to become a **Strategy of the Whole**, becomes a combination of **normative and re-educational, and empirical and rational strategy**. The objective of this connection of strategies is **the efficient and effective improvement of the quality of teachers' performance allowing survival, growth and development of the teaching profession**.

Should its intention is to build an integrated system of professional development, each development stage must work towards creating the basis, or, to be the basis of its successor. As a consequence, the strategy refers to, i.e. develops in three directions of professional development of teachers both in the primary and secondary education.

Литература

1. Адижес, И. ***Овладување со промените***, Скопје: Детра,1998, стр.72
2. Смилевски, Ц. ***Предизвикот и мајсторството на организациските промени***, Скопје:Детра, 2000, стр.92-98,
3. Христова, Т. ***Менаџмент на човечки ресурси***, Принцепс, Софија, 1996, стр, 27-31,
4. ***Key data on education in Europe***,Luxemburg: Eurydice, 2002, стр.121
5. ***Национална програма за развој на образованието во Република Македонија 2005-2015***, МОН 2004,Скопје,2004
6. ***Информатор за студентите на одделенска настава,*** Педагошки Факултет „Св. Климент Охридски", Скопје, 2008,
7. Кумс, ***Ф Светска криза образовања,*** Београд: Глас. 1971,стр.28,
8. Закон за основно и средно образование, Службен Весник на РМ, бр.52,
9. Документ, Професионален и кариерен развој на наставникот во ССО, 2003, МОН

330.34.01 : 61

Доц. д-р **Никола ПОПОВСКИ**

ЕКОНОМСКИОТ РАЗВОЈ И ЗДРАВСТВОТО

(изворен научен труд / original scientific paper)

Апстракт

Во управувањето со здравството треба да се има предвид скудноста и ограниченоста на ресурсите од една и сè поголемата побарувачка за здравствени услуги од друга страна. Во такви услови методите на распределбата на стоките и услугите во здравството стануваат централно прашање. Одговорите на овие прашања се зависни од наклонетоста кон некоја од економските школи. Иако здравствената економија е посебна поддисциплина на економијата таа ги користи главните економски теории, но со одредена претпазливост заради посебните карактеристики на дејноста. Позициите на про-пазарните и анти-пазарните гледања и концепти на здравствената економија имаат меѓусебни важни разлики.

Здравјето на луѓето и пристапот до здравствената заштита во современиот свет се важни цели на развојот и развојната политика. Здравјето претставува основа за вклучување во општествениот и економскиот живот - ефикасно и несметано учење во училиштата, вклучување во производниот процес, постигнување на повисока продуктивноста на работните места и за целосен физички, интелектуален и емотивен развој на индивидуата. Во економска смисла здравјето, заедно со образованието, можат де се разгледуваат како два главни столба на човечкиот капитал. Расположливите податоци покажуваат дека, при непроменети други услови, земјите што обезбедуваат подобро здравје и подолг животен век на населението, можат да се надеваат и на повисок и оддржлив развој, проследен со повисоки вкупни доходи на населението. Од друга страна товарот на болестите го попречува економскиот раст и развој. Затоа здравјето на луѓето претставува важен инпут во економскиот развој, а здравствената политика и инвестициите во здравствениот сектор мора да се наоѓаат меѓу приоритетните делови на развојните стратегии.

Клучни зборови: *(здравство, здравствена економија, економски развој)*

1. Вовед

Кога размислуваме за здравството, здравствената дејност и здравствената политика треба да сме особено свесни за скудноста (реткоста) и ограниченоста на ресурсите во здравството. Затоа е неизбежно постојано да се прават разни видови на избор околу тоа какви здравствени третмани ќе се прават и на кого тие ќе се применуваат, односно постојат разни форми на ограничувања кои треба да се третираат како објективни во системот. Економистите, во основа, се залагаат да ги направат одлуките што произлегуваат од таквите ограничувања колку е можно поексплицитни. Тоа најчесто се одлуките во врска со производството, распределбата и потрошувачката на здравствените стоки и услуги, без разлика на тоа дали самото здравство е пред сè пазарно управувано или е дел од пошироката и директна владина регулација.

Од тој агол гледано, а во контекстот на постоењето на ограничените ресурси, најважно е да се знае дека концепцијата на економскиот развој најнапред треба да определи каква комбинација на нездравствени и здравствени стоки и услуги треба да се произведуваат, но исто така и дека обезбедувањето на една здравствена услуга А, задолжително значи дека другата здравствена услуга Б ќе биде недостапна за некои поединци или за целото население. Здравствената корист што ќе постои од услугата Б е опортунитетен трошок на одлуката да се обезбеди услугата А. Економистите се обидуваат да се сигурни дека опортунитетниот трошок што произлегува од обезбедувањето на услугата А не ги надминува здравствените користи од таа услуга.

Понатаму се важни и принципите врз основа на кои ќе се определи кој и под какви услови треба да ги добие веќе произведените здравствени стоки и услуги. Тоа навлегува во домените на т.н. дистрибутивна правда или правичност. При ова треба да се имаат предвид двата теоретски спротивставени модели, односно начини на распределба на производството – чистиот пазарен и совршениот егалитаристички систем. Распределбата во првиот модел се одвива „врз основа на волјата и способноста за плаќање на секое лице бидејќи одлуките што ги засегаат основните прашања се донесуваат на децентрализирана основа во еден систем на пазари, а стоките и услугите се дистрибуираат или се определуваат само за луѓето што имаат желба и капацитет да ги купат истите на пазарот.“[1] Во вториот модел се обезбедуваат одговори на дистрибутивното прашање директно од страна на некој државен или владин орган со што се обезбедува „сите да добијат еднаков дел на стоки и на услуги. Во ваков егалитаристички систем сите имаат пристап до истите стоки и услуги без оглед на нивниот доходен статус и платежна волја и никому не му е одбиен пристап до неопходните стоки и услуги“[2]. Практиката во најголем број на земји во

[1] Сантере Рексфорд Е., Неун Стивен П.: „Здравствена економика – теории, увид и индустриски студии“, Датапонс, Скопје, 2009, стр. 8

[2] Исто, стр. 9

светот покажува дека тие применуваат мешан систем на распределба на стоките и услугите во своите здравствени системи.

Денес во светот постои тенденција за постојаното зголемување на агрегатната побарувачка за здравствени услуги над нивната понуда. Постојат многу причини за тоа, меѓу кои поважни се:

- глобалниот процес на стареење на населението во кој постарите лица од природни причини побаруваат повеќе здравствени услуги одошто помладите;

- воведувањето на новите здравствени методи, технологии и лекарства што овозможуваат повеќето заболувања да можат да се третираат на подобар и поефикасен начин отколку претходно;

- очекувањата од здравството на луѓето во цел свет се зголемени; и

- зголемената ефикасност на здравството и начините на лекување на населението што постојано прават притисок кон повисока побарувачка.

Скудноста и изборот на факторите се нешто што економијата одамна го проучува, па ако економијата е релевантна во некои области од животот, тогаш тоа е секако и во здравствениот сектор. Но здравствената заштита на населението има некои интересни карактеристики што упатуваат на тоа дека повеќето економски модели во секторот на здравството треба да се употребуваат многу претпазливо. Ниедна од тие карактеристики не е единствена или специфична само за здравствениот сектор, но соодветната комбинација на карактеристиките и нивната присутност во секторот придонесуваат здравствената економија да биде посебна поддисциплина на економијата. Друга важна карактеристика на здравствената економија што понекогаш истата може да ја оддалечува од главните текови и начела на традиционалната економија е нејзиниот интерес за мерење и оптимизирање на тоа што се дефинира како „здравје на населението“ (population health), наспроти економскиот интерес за „општествената благосостојба“ (social welfare) која многу често експлицитно се базира на индивидуалните преференцијали (extra-welfarism).

Целта на здравствената економија често е претставена и како задача за информирање на оние што ги донесуваат одлуките во системот за да може да се максимизираат здравствените користи за населението. Дополнително, здравствената економија примарно не поаѓа од принципот на „заштеда на пари или ресурси“, туку од потребата за унапредување на нивото на здравјето и на методите на дистрибуцијата на здравјето кон вкупното население со достапните ресурси.

2. Различни пристапи кон здравствената економија

Познато е дека постојат повеќе теоретски школи во економијата, меѓу кои најпознати се (хронолошки): класичната, марксистичката

маргиналистичката, кејнзијанската, либералната (неокласична), посткејнзијанската и други. Иако во текот на двата века на постоењето (нео)класичната и (пост)кејнзијанската школа беа под различни влијанија на другите, па дури и на спротивставените школи, тие сепак го претставуваат највлијателниот дел (mainstream) од економската мисла во светот. Главни карактеристики на (нео) класичната доктрина се:

- вредноста на добрата и услугите се одредува преку преференцијалите на луѓето; и

- маргиналните анализи, односно испитувањето на малите промени во одредени варијабли во економијата; и оптимизација, односно пресметување на точката во која одредена варијабла (профит или корисност) се максимизира.

Оваа школа денес има силно, а според некои и пресудно влијание и врз теоретската мисла на здравствената економија. Иако денес не постојат сосема јасно одредени школи во теоретската мисла за самата здравствена економија, сепак постојат разлики во гледањата на економистите што силно ги подржуваат пазарните законитости во здравствениот систем и оние што истите во основа не ги подржуваат или воопшто не ги подржуваат. Едно првично и елементарно споредување на позициите на про-пазарните и анти-пазарните гледања и концепти на здравствената економија исфрлаат на површината некои важни разлики меѓу различните школи (види Табела 1).

Табела 1. Споредба на про-пазарните и анти-пазарните концепти на здравствената економија

Про-пазарната здравствена економија обрнува повеќе внимание на:	Анти-пазарната здравствена економија обрнува повеќе внимание на:
Економијата на дејноста (истражувања за обемот, моќта и стратегиите на оние што обезбедуваат здравствена заштита)	Економијата на благосостојба и extra-welfarism
Приватно осигурување и директни готовински плаќања за здравствената заштита	Општествено (социјално) осигурување и даночно финансирање на здравствената заштита
Здравствена грижа	Јавно здравство
Слобода на изборот	Рамноправност во изборот

Од претходното е очигледно дека економија и различните економски концепции во висок обем можат, а во практиката де факто и се применуваат во здравството, а економските методи можат широко да се употребуваат за да се решаваат конкретните здравствени економски проблеми.

3. Економскиот развој и здравството

Многу економисти, особено макроекономистите и развојните економисти, кон здравјето на луѓето во економската мисла и пошироко во општеството пристапуваат како кон една од средишните цели на економскиот развој, но и негов важен производ, иако важноста на процесот на инвестирањето во здравствената заштита и здравственото осигурување понекогаш е само делумно ценета. Според зборовите на нобеловецот А. Сен (Amartya Sen) здравјето е меѓу основните потреби што даваат вредност на човечкиот живот. Тој смета дека „слободата на учеството во политичкиот живот или можноста да се добие основно образование или здравствена заштита се составни делови на развојот“. Едно глобалното истражување[3] направено за потребите на Милениумскиот Самит на ООН во 2000 година го рангираше доброто здравје како прва и најголема желба на луѓето од целиот свет. Потребата од избегнувањето на болестите или на прераното умирање ја прави посветеноста кон здравствените проблеми централна преокупација на сите општества и го мотивира вклучувањето на здравјето во основните човекови права што се опфатени со меѓународното право. Во секоја цивилизација и култура постојат поговорки дека „здравјето е богатство“, „најважно е здравјето“ или слично. За индивидуите и семејствата доброто здравје обезбедува можности за понатамошен сопствен развој и економска сигурност за иднината. Сето тоа придонесе на инвестирањето во здравството во денешно време да се гледа како на неопходност и како на важен фактор за развој на човечкиот капитал, кој пак од своја страна стана најважниот развоен фактор во економиите.

Во поширока смисла здравјето е основа за вклучување во општествениот и економскиот живот - ефикасно и несметано учење во училиштата, вклучување во производниот процес, постигнување на повисока продуктивноста на работните места и за целосен физички, интелектуален и емотивен развој на индивидуата. Во економска смисла здравјето, заедно со образованието можат де се разгледуваат како два главни столба на човечкиот капитал и тие претставуваат основа на индивидуалната економска продуктивност. Во макроекономска смисла доброто здравје на населението е еден од критичните инпути во економскиот раст и долгорочниот економски развој, но и во процесот на намалувањето на сиромаштијата. Тоа има свои

[3] Millennium Poll, UN 2000

квантитативни и квалитативни аспекти. Општествата што имаат поголеми потешкотии со разни заболувања на населението се соочуваат со бројни и тешки проблеми врз економскиот напредок, но и обратно. Неколку од големите развојни прекршувања во економската историја (брзиот раст на Велика Британија за време на Индустриската револуција во почетокот и средината на 19 век; економската преродба на САД при крајот на 19 и почетокот на 20 век; брзиот раст на Јапонија во првата половина од 20 век; динамичниот развој на делови од Европа и Источна Азија во средината и втората половина на 20 век) де факто беа „подржани од сериозни пробиви во системите на јавното здравство, контрола на болестите и подобрената здравствена исхрана, придружена со покалорична исхрана и намалена изложеност на инфекции“[4].

Табела 2. Просечни стапки на раст на доходот по жител (GDPpc) и стапки на морталитет на децата (IMR) во земји со низок и среден доход (1965-1994 г.)

(во однос на нивото на GDP и IMR од 1965)

почетна IMR, 1965	IMR<50	50< IMR<100	100< IMR<150	IMR<150
почетен GDP (PPP, 1990US$)				
GDPpc < 750 $	/	3,7	1.0	0.1
750 $ < GDPpc < 1.500 $	/	3,4	1.1	-0.7
1.500 $ < GDPpc < 3.000 $	5,9	1.8	1,1	2,5
3.000 $ < GDPpc < 6.000 $	2.8	1,7	0,3	/
GDPpc > 6.000 $	1.9	-0,9	/	/

Извор: WHO: “Macroeconomics and Health...., 2001, p.23

Макроекономските податоци за светот потврдуваат дека земјите со полоши здравствени и образовни услови потешко постигнуваат оддржлив раст отколку земјите со подобри услови. Во Табелата 2 се поместени стапките на економски раст на земјите во развој во долг временски период од 1965 до 1994 година, пресметани како просек на стапките на раст за сите земји во соодветната доходовна категорија за целиот период. Земјите се групирани соодветно на

[4] WHO: “Macroeconomics and Health: Investing in Health for Economic Development”, Report of the Commission on Macroeconomics and Health (*Chaired by* Jeffrey D. Sachs), WHO, Geneva, 20 Dec. 2001, p. 22

нивното почетно ниво на доход и нивните стапки на смртност на децата кои, во случајов, се земени како показател за здравствената состојба на населението во 1965 година. Податоците недвосмислено покажуваат дека земјите со подобри здравствени услови, односно помали стапки на смртност на децата, имаат повисоки стапки на економски раст. На пример, групата на најсиромашни земји со доход што е понизок од 750 долари по жител, но со пониски стапки на смртност на децата, што се движат во рамките од 50 до 100 случаи на 1.000 живо родени деца, имаат просечен годишен раст од 3,7%, што е десетици пати повисоко од земјите од исто доходовно ниво, но со стапка на смртност на децата од над 150 на 1.000 живо родени деца, односно со полоши здравствени услови за живот.

Корелацијата меѓу нивото на здравјето на населението и подобрите економски перформанси на земјата постои и кога се споредуваат други економски варијабли. На пример, при константно зголемување на сите други фактори на економскиот раст, секое подобрување на очекуваното времетраење на животот при раѓање за 10 отсто е поврзано со дополнително зголемување на стапката на економски раст за 0,3 до 0,4 процентни поени годишно. Конкретно, кумулативната разлика во годишниот економски раст на земја со очекувано траење на животот на нејзините граѓани при раѓање од 77 години, со друга земја чие очекувано траење на животот на граѓаните при раѓање е 49 години, би изнесувало 1,6 процентни поени годишно. Овој ефект создава големи разлики во текот на долг временски период и генерира значителни развојни ефекти. Накратко, здравствената состојба на населението, а соодветно на тоа и на работната сила, може да објасни важен дел од разликите во стапките на економскиот раст на земјите при постоење на приближно еднакви други макроекономски варијабли. Општо земено, во денешниот свет, доброто здравје на населението придонесува за економскиот раст и развој на развиените земји со висок доход, а од друга страна, лошото здравје има особено негативни ефекти по развојот во неразвиените земји со низок доход.

Можеби најтипичен пример за тоа во светот се земјите од Потсахарска Африка. Тие долго време се соочени со исклучително ниско ниво на животен стандард, кое е најниско во светот.[5] Тешкиот товар на постојаните заболувања на населението и мултипликативните ефекти од тоа врз демографската слика, образовното ниво на населението и вкупната продуктивност секако имаат голем удел во неразвиеноста. Една економетриска студија на двајцата познати економисти Блум и Сакс од 1998 година (Bloom and Sachs, 1998) покажа дека над половина од вкупниот износ на потфрлањето на овие држави во економскиот раст, споредено со земјите со висок раст од Источна Азија статистички може повеќе да се објасни со товарот на болестите, демографијата и географијата, отколку со традиционалниот инструментариум на варијаблите

[5] Види подетално: WB: "World Development Indicators 2009", IBRD/WB, Washington DC, USA, 2008

на макроекономската политика и економското и политичко управувањето со земјата. Тоа фрла сосема поинакво светло на разбирањето на важноста на здравјето на населението врз економскиот раст и развој.

Придобивките за растот на доходот по жител како резултат на подобреното здравје можат да бидат огромни, но тие упатуваат само на еден дел од стварноста. Дури и кога растот на доходот по жител не би бил под директно влијание на здравјето на населението и работната сила, самата долговечност на населението, која може да се набљудува и како агрегатен показател за нивото на здравјето на населението, создава големи придобивки за економската благосостојба. При споредба на благосостојбата меѓу различните општества и држави, како што е важно е да се земат предвид нивоата на доходите, така треба да се земе предвид и очекуваното времетраење на животот, односно долговечноста на населението. Во земјите со поздрава популација, поединците, во просек, живеат подолго, а со тоа и нивната заработувачка, односно доходите во текот на животот се поголеми.

За пример можеме да ги разгледаме разликите во благосостојбата на просечен жител на Боцвана и Канада. Ако просечниот годишен доход по жител во Боцвана, мерен според паритетот на куповната моќ, е 6.320 долари, а во Канада тој доход е 30.000 долари според истата методологија, навидум може да изгледа дека реалниот доходот по жител во Канада е околу 5 пати поголем од оној во Боцвана. Но, жител на Боцвана со 22 години и 12 години поминати во образование, може да очекува вкупен доход во текот на целиот негов живот кој е 61 пат поголем од просечниот годишен доход во земјата, или вкупно 385.000 долари, додека 22 годишен канаѓанец со исто така 12 години поминати во образованието, само заради поголемото очекување на траење на неговиот животен век, ќе очекува доход кој е околу 120 пати поголем од просечниот годишен доход во неговата земја, односно околу 3.600.000 долари. На тој начин јазот меѓу нивото на доходите што во својот живот може да го очекуваат еден жител на Боцвана и еден на Канада кои имаат слични образовни карактеристики е близу 10 пати, односно двојно повисок од оној што произлегува само од нивните годишни разлики во доходите, доколку не се земат предвид разликите во годините во кои се создаваат, а соодветно на тоа и трошат доходите.

Покрај ваквите директни ефекти врз доходите, потрошувачката и користењето на благосостојбата од страна на поединците, зголеменото очекување на времетраење на животот има и индиректни ефекти врз економскиот раст и развој. Имено, домаќинствата што очекуваат подолго времетраење на животите на своите членови, се стремат и кон поголеми инвестиции во образованието и воопшто повеќе штедат, бидејќи поголемиот временски хоризонт на животот им овозможува и повеќе да ги искористат придобивките од таквите инвестиции.

Како што доброто здравје на населението поволно влијае на економскиот развој, постои и обратен процес. Постојат три главни начини преку кои лошо-

то здравје, односно болестите го отежнуваат економскиот развој и благосостојбата.

Првиот начин за кој веќе стана збор е најдиректен: избегнувањето на болестите го подобрува квалитетот на животот и го зголемува бројот на годините на неговото очекувано времетраење. Економските загуби од изгубените години од човековиот работен век за општеството се големи, без разлика дали тие се резултат на прераната смртност или на хроничната оневозможеност на поединците или населението за економски активности. Најдобар пример за тоа е Африка каде што се смета дека само како резултат на распространетоста со заболувањата од СИДА и оттргнатоста на поединци од економските активности во најдобрите години од нивниот работен век, агрегатниот економски раст е успорен за неколку процентни поени годишно. На долг рок тоа се огромни економски загуби за земјите.

Вториот начин е ефектот од лошото здравје врз родителските инвестициите во потомството (децата). Општествата со високи стапки на морталитет на доенчињата и децата имаат и повисоки стапки на фертилитет што служат за да се компензираат прераните загуби на животи. Тоа придонесува за намалување на можностите на тие домаќинства за поголеми инвестиции во здравјето и образованието на децата. Тој процес има негативни ефекти и е познат како „замена на квалитет со квантитет“. Економските последици од постојани болести во домаќинствата можат да се зголемат и ако трошоците за справување со болестите го присилуваат домаќинството да троши толку многу од својот доход за здравствена заштита што тоа ги исцрпува неговите ресурси и доходи, па долговите на домаќинствата стануваат неизбежни.

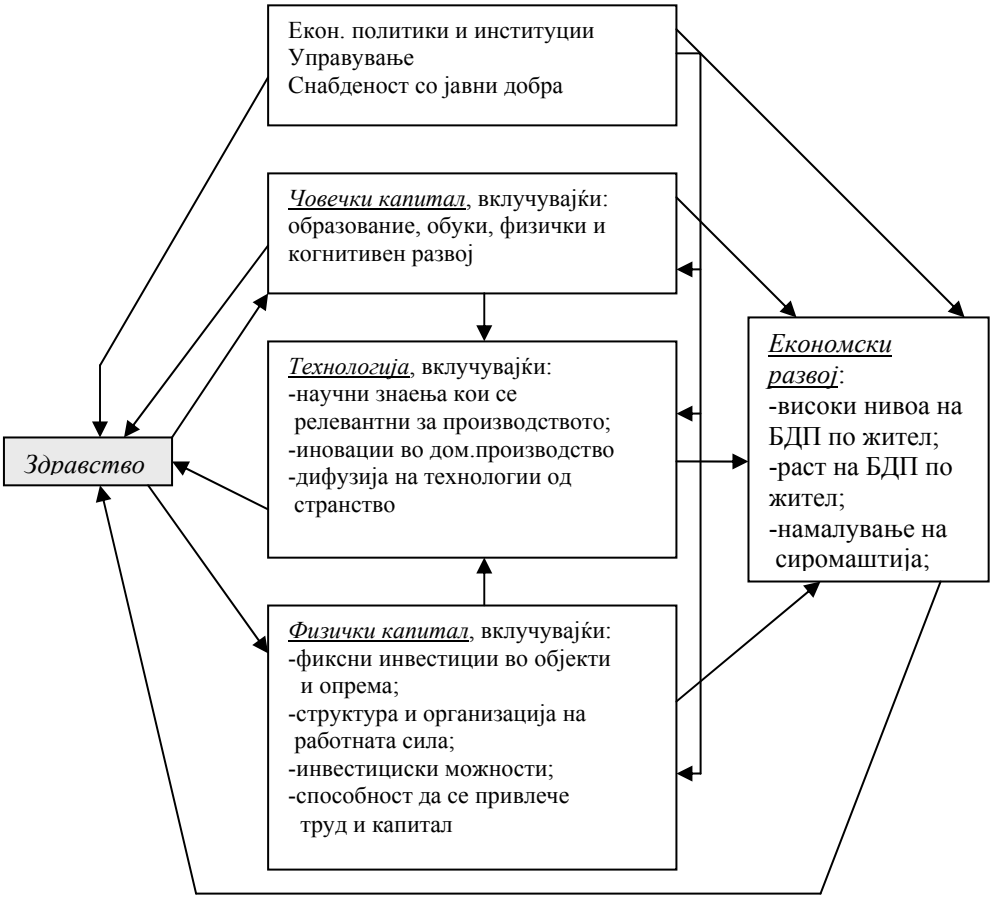
Третиот начин е преку ефектите од болестите врз на намалувањето на повратот од деловните и јавни инвестиции кои одат подалеку од обичното намалување на индивидуалната продуктивност на работниците. Цели дејности, како што се земјоделието, рударството, индустријата или туризмот, како и важните инфраструктурни проекти можат да се оневозможени заради високата присутност на некои од болестите. Дополнително, епидемиските и ендемските болести, исто така, можат да ги подриваат општествените активности, па дури и политичката или макроекономска стабилност.

Болестите наметнуваат општествени трошоци што се дополнителни на трошоците на поединците, домаќинствата или фамилиите што се погодени од болести. Последиците, на пример, создаваат промени во работната сила и ја намалуваат профитабилноста на компаниите дополнително од негативните ефекти врз индивидуалната продуктивност. Познат е историскиот пример со спречувањето на изградбата на Панамскиот канал.[6] Се проценува дека десет до

[6] Тулчински Теодор и Варавикова Елена: „Новото јавно здравство – вовед за 21-от век“, НИП „Студентски збор“, Скопје, 2003, стр.38

дваесет илјади луѓе умреле, пред се од маларија и жолта треска, во првите години од работата врз проектот меѓу 1882 и 1888 година и дека тоа веројатно беше главната причина за пропаста на планот на Лесепс (Lesseps) за повторување на триумфот со изградбата на Суецкиот канал на тлото на Средна Америка. Трошокот на пропаѓањето на планот изнесуваше околу 30 милиони тогашни долари и неколку децениското одлагање на завршување на изградбата на каналот до 1914 година. Сосема обратен пример е драматичното намалување (во текот на `40-ите години од 20 век) и искоренување (во текот на `50-ите години) на болеста маларија од суптропските региони на Јужна Европа – Шпанија, Грција, Италија и Португалија, што имаше многу голем придонес за економскиот развој на тие земји, во најголем дел преку поттикнувањето и забрзувањето на масовниот туризам и странските директни инвестиции во тие земји.

Слика 1. Улогата на здравството како инпут во економскиот развој



Оттука не е случајно што здравствената политика и инвестициите во здравството се важен елемент во вкупната развојна стратегија на секоја земја. Развојот на економијата мора да е комплементарен со активната улога на државата во неколку области, меѓу кои и здравството. Здравствената политика и инвестициите во здравствениот сектор сигурно дека не можат директно да ги решат општествените и економски проблеми во развојот, но тие сепак мора да се наоѓаат меѓу нивните централни делови за да се подигне квалитетот и должината на животот и да се намали сиромаштијата.

Позицијата и улогата на здравството во однос на многуте други контрибутори на економскиот развој[7] е дадена на Сликата 1. Производството (БДП) на оваа слика е претставено како функција на:

а) политиките и институциите (макроекономски и социјални политики; начинот и ефикасноста на управувањето; нивото и квалитетот на снабденост на општеството и економијата со јавни добра и слично); од една страна и

б) факторските инпути (труд и човечки капитал; природни ресурси и физички капитал; и технологиите) од друга.

Добрите и ефикасни политики и институции се клучни за развојот – тие помагаат да се определат економските перформанси при зададеното ниво на капитал по единица труд и технологија, но и да се определи динамиката на нивна акумулација. Од своја страна, најважните економски ефекти од здравството врз развојот, на најразлични начини се одразуваат врз трудовите ресурси и човечкиот капитал и врз капиталот на компаниите. Влијанието, пак, врз самото здравство доаѓа од преовладувачките политики и институции; човечкиот капитал со неговите карактеристики создадени преку образованието и другите форми на учење и стекнатите знаења што го промовираат и подобруваат здравјето;[8] технолошкото ниво на општеството, особено во здравството; и од растот на доходот и намалувањето на сиромаштијата. Економскиот развој во својата целина е мултидисциплинарен, но едновремено и мултисекторски процес и затоа стратегиите за раст и развој мора да се градат врз широка основа на општествена регулација и јавни инвестиции, како и стратегии за охрабрување и стимулирање на приватните инвестиции во сите сектори. Во тој процес здравството има едно од централните места.

[7] WHO: "Macroeconomics and Health...., 2001, p.26

[8] На пример, најсилен придонес кон здравјето на доенчињата и децата имаат писменоста, знаењата и образованието на нивните мајки.

Заклучок

Во светот постои тенденција на постојан раст на побарувачката за здравствени услуги над нивната понуда, а здравството, како и другите дејности, е соочено со скудноста и ограниченоста на ресурсите. Затоа е потребно да се прават различни видови на избор. Распределбата на здравствените ресурси може да се прави според два теоретски спротивставени модели – чистиот пазарен и совршениот егалитаристички систем. Земјите најчесто применуваат мешан систем на распределба на стоките и услугите во здравството. Денес нема јасно одредени школи во теоретската мисла за здравствената економија, но има разлики во гледањата на економистите што ги подржуваат пазарните законитости во здравството и оние што истите не ги подржуваат. Здравствената економија има некои карактеристики што упатуваат на тоа дека некои економски модели во тој сектор треба да се употребуваат претпазливо.

Една од средишните цели на економскиот развој е здравјето на населението. Здравјето влијае врз развојот на човечкиот капитал кој е столб на општествениот и економскиот развој. Економските ефекти од здравството врз развојот, на различни начини се одразуваат врз трудовите ресурси и човечкиот капитал и врз капиталот на компаниите. Тој процес има квантитативни и квалитативни аспекти. Општествата што имаат поголеми потешкотии со разни заболувања на населението се соочени со потешки проблеми во економскиот развој и обратно. Макроекономските податоци за светот потврдуваат дека земјите со полоши здравствени (и образовни) услови потешко постигнуваат оддржлив раст отколку земјите со подобри услови. Оттука, здравствената политика и инвестициите во здравството се важен елемент во вкупната развојна стратегија на секоја земја.

Summary

Worldwide, the health sector notes a constant growing tendency in the demand for health services as opposed to the supply, whereas the health sector, as well as other sectors, is faced with scarcity and constraintment of resources. Therefore different types of choices need to be done. Distribution of health resources can be done according to two theoretically opposed models – pure market and perfect egalitarian system. Most countries often use mixed system of distribution of goods and services in the health sector. There are no clearly defined schools in the theoretical thought of health economy, but there are differences in the viewpoints of economists who support market laws in the health

sector and those who do not. Some of the features of the health economy require a very careful use of some economic models in that sector.

The health of the population is one of the main goals of economic development. Health affects the development of the human capital which itself is a pillar of the social and economic development. The health's economic effects on the development affect both the labor resources and human capital as well as the fixed capital of the companies in different ways. This process has quantitative and qualitative aspects. The societies which have bigger problems with different diseases of their population are faced with heavier problems in the economic development and vice versa. World macroeconomic data confirm that countries with worse health (and educational) conditions achieve sustainable growth with more difficulty, compared to countries with better conditions. Therefore, health policy and investments in the health sector are an important element of the entire development strategy of any country.

Key words: *(health, health economy, economic development)*

Литература

1. OECD Health Data 2008, www.oecd.org (28.06.2010).
2. Сантере Рексфорд Е., Неун Стивен П.: *Здравствена економика – теории, увид и индустриски студии*. Скопје: Датапонс, 2009.
3. Тулчински Т. и Варавикова Е.: *Новото јавно здравство – вовед за 21-от век*. Скопје: НИП „Студентски збор", 2003.
4. WB: *World Development Indicators 2009*. Washington DC (USA): IBRD/WB, 2008.
5. WB: *World Development Report 1993: Investing in Health*. , Washington DC (USA): IBRD/WB, 1993.
6. WHO: *Macroeconomics and Health: Investing in Health for Economic Development*. *Report of the Commission on Macroeconomics and Health (Chaired by Jeffrey D. Sachs*). Geneva (Switzerland): WHO, 20 Dec. 2001.
7. Wonderling D. et al: *Introduction to Health Economics*. Berkshire (England): Open University Press, McGraw-Hill Education, 2005.

658.14/.15.012

Доц. д-р **Александра СТАНКОВСКА**

МОДЕЛИ ЗА ВРЕДНУВАЊЕ НА КОМПАНИИ

Апстракт

Знаењето на вредноста на одреден имот (компанија) и факторите кои ја одредуваат е предуслов за интелегентно одлучување во контекст на вложување во портфолио, финансирање, купо-продажба на дадена актива, аквизација, спојување, реконструирање и сл. Во практиката, донесувањето на инвестициони одлуки не се базира на личните ставови или субјективни естетски и емоционални причини.

Вреднувањето на компании е процес, во кој се инкорпорирани процедури кои се користат за проценка на економската вредност на компанијата, односно на капиталот. Круцијално за донесување рационални инвестициони одлуки е перцепцијата на вредноста, вредност што се базира на реалноста, која имплицира дека цената што ќе ја плати инвеститорот за дадена алтернатива е рефлектирана во паричните текови генерирани од дадената инвестиција. За вреднување на дадена инвестициона алтернатива, капитал или вредноста на компанијата се користат следниве модели на вреднување: модел базиран на дисконтирање на паричните текови, релативно вреднување на компании и вреднување со цена на опциски побарувања.

Клучни зборови: *модели на вреднување, дисконтирање на парични текови, релативно вреднување, модел на опциски побарувања.*

1. Вреднување низ животниот циклус на компанијата

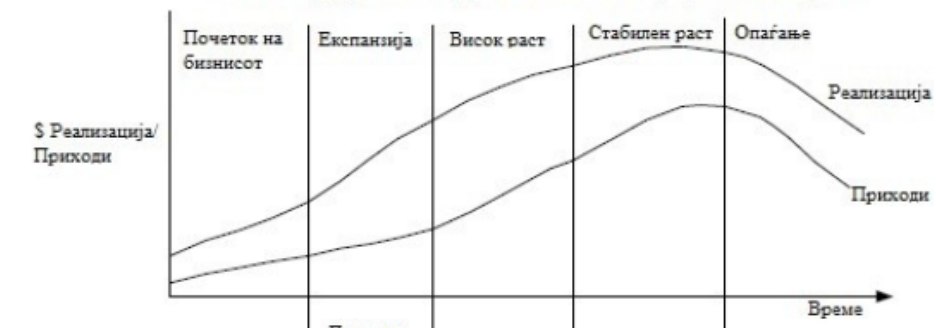
Вреднувањето на компаниите (enterprise valuation) игра клучна улога во низа сегменти од финансиите – корпоративни финансии, портфолио менаџмент, спојување, аквизации и раздвојувања на компании, за иницијални јавни понуди (initial public offering) и за вреднување на капиталот на фирмата за инвестициони цели.

И покрај тоа што аналитичарите користат широк спектар на техники за вреднување, од наједноставни па сé до најсофистицирани, генерално, вреднувањето не е едноставен и унифициран процес.

За разлика од дадени компании каде што процесот на вреднување се реализира на едноставен начин и лесно се проценува нивната вредност, постојат компании чие вреднување е многу сложено и добиените резултати се толкуваат и користат со доза на внимателност. Сето ова резултира во зависност од тоа во која фаза од животниот циклус е компанијата. Генерално, животниот циклус на една компанија ги вклучува следниве пет фази: стартување на бизнисот, експанзија, висок раст, стабилен раст и опаѓање.

На Слика 1 е прикажан животниот циклус на компанијата.

Слика 1. Вреднувањето низ фазите на животниот циклус на компанија



Реализација/Тековни операции	Ниски приходи/ Негативен оперативен резултат	Пораст на приходите/ Низок или негативен оперативен резултат	Висок раст на приходите и на оперативниот резултат	Спор раст на приходите/ Оперативниот резултат сеуште расте	Приходите и оперативниот резултат се во опаѓање
Оперативна историја	Нема	Ограничена	Мала оперативна историја	Солидна оперативна историја	Константна оперативна историја
Споредливи компании	Нема	Малку, со иста стапка на раст	Повеќе споредливи, со различен раст	Голем број, со различен раст	Опаѓачки број на споредливи, најмногу со стабилен раст
Извор на вредноста	Идниот раст	Претежно идниот раст	Средствата но, идниот раст сеуште доминира	Главно од постоечките средства	Во целост постоечките средства

Извор: Aswath Damodaran, *The Dark Side of Valuation*, Prentice Hall – Financial Times, 2001, стр.16.

Компаниите кои функционираат во рамките на пазарната економија се во некоја од петте фази на животниот циклус. Карактеристично за животниот циклус на компаниите и вреднувањето на компанијата се состои во тоа што за секоја дадена фаза постои различен обем на податоци потребни за вреднување, односно во секоја фаза се менува и достапноста и обемот на информации:[1]

- *Стартување на бизнисот* (Start – up) – почетната фаза, односно влез на пазарот, во која се прават иницијалните инвестиции. Производите кои ги нуди компанијата се сé уште непознати и немаат освоен пазар. Карактеристично за оваа фаза е тоа што компанијата нема оперативна историја и компаративни компании, што би значело дека е невозможно да се направи динамичка анализа. Вредноста на оваа компанија целосно се базира на способноста за генерирање на профит, односно на идниот потенцијален раст. Вреднувањето на компанија која се наоѓа во фаза на стартување, претставува предизвик, поради оскудните влезни податоци врз основа на кои се врши вреднувањето, при што треба да се внимава за веројатноста од грешки и нивна корекција во процесот на вреднување врз основа на мал обем на податоци. Оценките за идниот раст, се прават врз основа на проценките на конкуренцијата и способноста на постојните менаџери да ја претворат иницијалната идеја во комерцијален успех. Ова е најчеста причина поради која компаниите во оваа фаза, настојуваат да ангажираат професионални менаџери, со богата историја на конвертирање на идеите во пари, што истовремено го зголемува кредибилитетот на компанијата во очите на кредиторите/инвеститорите и е потенцијал за креирање на вредност во иднина.

- *Експанизија на бизнисот (Expansion)* – фаза кога компанијата се позиционира на пазарот и се карактеризира со рапиден раст на реализацијата, но постои и можност за генерирање негативен финансиски резултат. Оперативната историја на компанијата е сé уште лимитирана и непостојана, пропатена со низа периодични флуктации. Вреднувањето на компанијата се базира на индикаторите за очекуваниот раст.

- *Висок раст (High Growth)* – карактеристичен,за оваа фаза,е рапидниот раст на реализацијата, меѓутоа профитот, сé уште заостанува во однос на реализацијата. Вреднувањето се врши врз основа на тековни и минати информации, постои поголем обем на податоци, вреднувањето на инпутите е лесно и е зголемен бројот на компании, погодни за споредба. Фиксните средства на компанијата имаат значителен удел во проценката на нејзината вредност, но врз вредноста влијае и способноста за понатамошен раст.

[1] Damodaran A., 2001, стр.13.

- *Стабилен раст (Mature Growth)* – со стабилизирање на растот на компанијата, рапидно растат добивките и паричните текови, се рефлектираат инвестициите од минатото со што потребата од нови инвестиции се намалува.

- *Опаѓање (Decline)* – последната фаза од животниот век на компанијата се карактеризира со намалување на обемот на реализација и приходите. Имено бизнисот на компанијата не се вклопува во рамките на иновациите од други компании – конкуренти. И покрај тоа што постојните инвестиции генерират парични текови, неопходно е да се потенцира дека нивниот обем бележи тренд на намалување и се јавува потребата од нови инвестиции. Вредноста на компанијата е детерминирана од постојните средства, додека бројот на компании погодни за споредба се намалува, односно споредбени компании се само оние кои бележат опаѓање или се во фаза на стабилен раст.

2. Модели на вреднување на компании

Вреднувањето на компании е процес, во кој се инкорпорирани процедури кои се користат за проценка на економската вредност на компанијата, односно на капиталот.[2] Станува збор за стандардизиран процес во кој аналитичарите користат низа модели, техники и постапки и врз основа на влезните инпути (податоците од финансиските извештаи и бројни макроекономки податоци) се врши проценка на вредноста на компанијата. Со помош на процесот на вреднување се констатира дали компанијата е преценета или потценета на пазарот. При вреднувањето на компании се користат:[3]

- тековните финансиски извештаи објавени од страна на компаниите;

- историските податоци, односно финансиските извештаи од минатото, движењето на пазарната и книговодствената вредност на компанијата, цените, реализацијата и сл. (заработките прикажани во финансиските извештаи го прикажуваат растот што го бележи компанијата во минатото, додека пак цените го содржат антиципираниот ризик) и

- податоци за компанијата или податоци од група на идентични компании или т.н. peer група, преку што се согледува местото на компанијата на пазарот и се добиваат репери за приносот паричните текови.

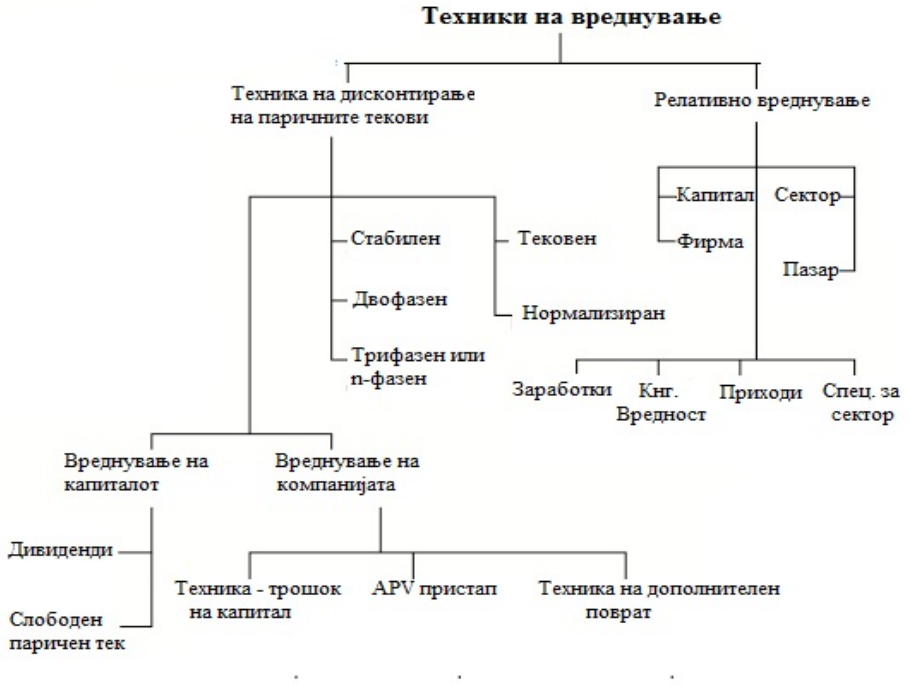
[2] www.wikipedia.org/wiki/valuation_finance
[3] Damodaran A.,2001, стр. 10.

Посебно внимание се посветува пред почетокот на самиот процес на вреднување во однос на влезните податоци, чиј квалитет несомнено го детерминира квалитетот на самото вреднување.

Аналитичарите користат бројни техники, со чија помош ја одредуваат вредноста на компаниите, почнувајќи од наједноставни па сé до најсложени. Генерално, постојат три техники (модели) за вреднување: вреднување врз основа на дисконтирање на паричните текови (DCF – discount cash flow valuation), релативно вреднување на компании (relative valuation) – вредност врз основа на мултипликатори и вреднување со цена на опциски побарувања (contingent claim valuation). Техниките за вреднување во вредноста на компанијата ги инкорпорираат степенот на неизвесност и потенцијалниот раст на идните парични приноси.

На Слика 2 се прикажани техниките на вреднување на компании.

Слика 2.



При користењето на техниката на дисконтирање на паричните текови, проценетите парични текови се дисконтираат по трошокот на капитал, за да се добие вредноста на капиталот, односно се дисконтираат по трошокот на финансирање (трошокот на вкупниот капитал), за да се добие

вредноста на компанијата. Во однос на мултипликаторите кои се користат при релативното вреднување, истите може да се третираат како мултипликатори на капиталот и мултипликатори на вредноста, кои се стават во однос со бројни варијабили специфични за компанијата – заработка, книговодствена вредност и продажба. Мултипликаторите може да се проценат во најтесна смисла со користење на споредливи компании во иста дејност или пошироко со помош на меѓусекторска регресија.

Аналитичарите при вреднување на компанијата, големо внимание посветуваат за изборот меѓу техниките на вреднување, како и пристапот во рамките на избраната техника и должни се да се придржуваат кон истиот во текот на целиот процес на вреднувањето. Изборот се прави врз основа на карактеристиките на компанијата кој се вреднува, според степенот на заработките, потенцијалот за раст, изворот на заработка, стабилност на задолженоста и политиката на дивиденда.

2.1. Модел на дисконтиран готовински тек – DCF и анализа на проект (оценка на компанија)

Анализата на дисконтиран паричен тек е клучен елемент за вреднување на инвестициите. Вредноста на инвестицијата е одредена со магнитудата и времето кога се очекува генерирање на паричните текови. Критичниот елемент, кој ја детерминира апликацијата на моделот на дисконтиран паричен тек (discounted cash flow) за анализа на проект или вреднување на компанија е содржан во фактот дека паричните текови генерирани во различно време имаат различни вредности и можат да бидат прецизно одредени само преку примена на временската вредност на парите.

Според DCF техника на вреднување, *вредноста на имотот претставува сегашната вредност на идните парични текови, дисконтирани по стапка во која е вкалкулиран ризикот што е антиципитан за дадени парични текови*. Имено, дисконтирањето на идните парични текови со дисконтна стапка во која е вкалкулиран и ризикот ја дава реалната сегашна вредност на компанијата.

Постапка за анализа на дисконтираните парични текови се состои од следниве чекори:[4]

[4] Titman S.& et, 2008, стр. 23.

Чекори:	**Вреднување на инвестицијата:**
I. предвидување на износот и времето на идните готовински текови	предвидување на проектен слободен паричен тек (project free cash flow - PFCF)
II. проценка на соодветната дисконтна стапка прилагодена на постоечкиот ризик	комбинирање на дисконтната стапка на задолжувањето и на сопствениот капитал (WACC)
III. дисконтирање на готовинските текови	дисконтирање на PFCF со користење на WACC за оцена на вредноста на целосната инвестиција

Дисконтаната стапка, претставува функција на ризикот на очекуваните парични текови, кадешто ризичните парични текови се дисконтираат со повисока стапка, додека пак сигурните приноси со пониска дисконтна стапка.

$$\text{Вредност на имотот} = \frac{[E(CF]_1)}{(1+r)} + \frac{[E(CF]_2)}{(1+r)^2} + \frac{[E(CF]_3)}{(1+r)^3} \dots + \frac{[E(CF]_n)}{(1+r)^n}$$

Каде што:

E(CFt) = очекуван паричен тек за периодот t

r = дисконтна стапка, ја одразува ризичноста на генерираните парични текови

n = животен век на компанијата (инвестицијата)

Проценка на вредноста со користење на DCF анализа бара од аналитичарот добро разбирање на паричните текови од инвестицијата. При анализа на инвестицијата потребно е да се проценат:

- вкупниот приход што се генерира од проектот;
- процентуалната застапеност на реалниот дополнителен приход (true incremental revenue) во вкупниот приход;
- дополнителните парични текови (incremental cash flows) и
- дополнителни трошоци (incremental costs).

Прв чекор во одредувањето на вредноста на инвестицијата е детерминирањето на релевантните парични текови, односно зголемените парични текови (incremental cash flows) – парични текови кои се создадени директно од инвестицијата, како и индиректните ефекти кои инвестицијата може да ги има на другите бизнис линии на компанијата. Аналитичарите при оценката на зголемениот паричен тек, особено внимание треба да посветат за опфатот на тн. *"потопен трошок" (sunk costs).* Станува збор за трошоци кои се направени пред инвестицијата да биде прифатена (пример, истражување и развој) и истите не можат да се сметаат како дополнителни трошоци (incremental costs) и се игнорираат при анализа на инвестицијата.

2.2. Релативно вреднување (relative valuation using market comparables)

Во реалноста поголем дел од имотот се вреднува според релативниот пристап, врз основа на пазарната цена на имот сличен на него. Релативно вреднување е поим за споредба на цената на едно средство, со пазарната вредност на идентично средство. Во областа на хартиите од вредност, релативното вреднување креира важни алатки, со кои се овозможува во практиката да се препознаат ценовните аномалии.

Релативното вреднување како техника која припаѓа на групата на пазарно вреднување, се базира на економската теорија на супституција, според која никој нема да плати повеќе за даден имот, од износот кој друг учесник на пазарот би го платил за идентичен алтернативен имот. Релативното вреднување е исклучително релевантно доколку како стандард за вредноста се земе фер пазарната вредност., односно цената по која средството ја менува сопственоста од продавачот кон купувачот, без било каков притисок за самиот акт на купопродажба, во кој и двете страни располагаат со релевантни информации. [5]

Во самиот поим на релативно вреднување се инкорпорирани две компоненти. Прво самиот поим на споредлив или сличен имот, каде што од аспект на вреднувањето под сличен имот би се подразбирал имот кој генерира слични парични текови, ризик и потенцијален раст. Во праксата тоа би значело компании во иста индустрија, ист регион и слично. Втора компонента е стандардизираната цена, која во релативното вреднување ја претставуваат мултипликаторите. Имено, се користат пазарните цени за дадени трансакции со цел да се процени вредноста на фирмата или инвестиционата алтернатива. На пример, се пресметува ценовниот показател за неодамнешната продажба на квадрат на станбени недвижности во соседството, со цел да пресмета адекватната цена на станот во кој живеете (цена по квадрат метар х

[5] Shannon P Pratt, 2005, стр. 23.

квадратурата на станот). За инвестиции кои носат приход, аналитичарите разгледуваат други показатели, кои вклучуваат пазарната вредност во контекст на различни профити и парични текови, профит од продажба или книговотствената вредност на неодамнешни трансакции.

Релативното вреднување се одвива низ следниве чекори:[6]

1. Се идентификуваат слични или споредливи инвестиции и неодамнешните пазарни цени за секоја инвестиција *(identify similar or comparable investments and recent market prices for each*). Чекорот е многу критичен, бидејќи квалитетот на проценка на вредноста зависи од тоа колку добро информациите одговараат на инвестицијата која се вреднува;

2. Се пресметува матрица на вредност (*calculate a valuation metric for use in valuing the asset)* што се применува за оценка на активата: идентификација на клучните атрибути за инвестицијата која се вреднува и се дели со пазарните цени на компаративните активи со цел да се пресмета показателот на вредноста (valuation ratio). Атрибути што вообичаено се користат се: заработка по акција (кога се вреднува обична акција), квадратурата (вреднување на станови или друг вид недвижност) и добивка пред камата, одданочување, депрецијација и амортизација (EITDA – earnings before interest, taxes, depreciation and amortization) кога се вреднува бизнис или цела компанија.

Вреднувањето на бизнисот најчесто се базира на показател на вредноста врз основа на профит. На пример, оперативна добивка на две филијали и дефинирање на показателот за вредноста како продажба или цена на трансакција поделена со нето оперативната добивка на некоја трета филијала – С (Табела 1).

Табела 1.

Вреднување на компанија (бизнис)

Филијала	Продажна цена	Нето оперативна добивка	Показател на вредноста
А	$ 900.000	$ 450.000	2
Б	$ 1.200.000	$ 100.000	12
	Просечен показател на вредност		7

[6] Titman S. & et, 2008, стр. 216.

3. Пресметка на иницијална проценка на вредноста (*calculate an initial estimate of value*) – се мултициплира показателот на вредноста со клучниот атрибут на инвестицијата чија вредност се проценува.

Во примерот, оперативната добивка на филијалата С е $ 150.000 во последните неколку години. Со додавање на просечниот показател на вредност (average valuation ratio) во износ од 7, се проценува иницијалната вредност од $ 1.050.000.

4. Се прилагодува проценетата иницијална вредност на специфицираните карактеристики на инвестицијата (*refine or tailor your initial valuation estimate to the specific characteristics of the investment*).

Во примерот, да претпоставиме дека филијалата В, во дадената година реализирала помал профит во однос на другите години, поради Х причини. Ако се реализра нормална нето-оперативната добивка од $ 200.000, показателот за вредност се менува за филијалата В од 12 на 6. Со изменетата вредност на показателот на вредност, се менува и просечниот показател за вредност = 4, со што проценетата вредност на филијалата С се менува = $ 600.000 (4 х $ 150.000) која е драматично помала во однос на иницијалната проценка.

Во практиката постојат три варијанти на релативно вреднување, кои првенствено се разликуваат во дефинирањето на споредливите компании и контролата на разликите меѓу компаниите:[7]

1. *Директна споредба* – аналитичарот селектира една или две слични компании со компанијата која се вреднува и врз основа на цената на идентичните компании, ја проценува вредноста. Круцијално кај овој вид проценка на вредноста е идентификацијата на слични компнии и нивната пазарна вредност;

2. *Просек на споредбената група (peer group)* – аналитичрот прави споредба на цената на компанијата која се вреднува (користејќи мултипликатори) со цените на споредбената група (просек на мултипликаторот);

3. *Просек на споредбената група прилагоден за разликите* – аналитичарите се обидуваат да ги „контролираат“ разликите помеѓу компаниите во групата и компанијата која се вреднува.

Во процесот на релативното вреднување аналитичарите користат две групи на мултипликатори и тоа:

- мултипликатори на капиталот и
- мултипликатори на вредноста.

[7] Damodaran A., 2006, стр. 16.

Шармот на мултипликаторите се наоѓа во нивната едноставност и лесна употреба. Можат да се користат за брзо добивање на проценка на вредноста на компанијата и имотот, а посебно се корисни кога се тргува со голем број споредливи компании на кои пазарот во просек им одредува коректна цена.

Суштината на релативното вреднување се состои од вреднување на имотот на основа на тековното пазарно вреднување на сличен (споредлив) имот. Релативното вреднување се состои од две компоненти:

- цените мора да бидат стандардизирани (обично конвертирање на цените во мултипликатор на заедничка варијабила: приход, заработка, книговодствена вредност или приход на јавно – тргувана компанија) и
- идентификување на слична актива (имот).

Исходот од еден процес на релативно вреднување е детерминиран од тоа колку добра група за споредба е избрана и од тоа колку пазарот прецизно ја утврдил нивната цена.

За вреднување на *комерцијалните недвижности* (valuing commercial real estate) се проценува стапката на паричните текови (cash flow ratios) и цената по единица квадрат (prices per square foot). Мултиплицирањето на вредноста на паричните текови е во директна корелација со моделот на дисконтираните парични текови.

$$вредност = \frac{готовински_текови}{дисконтна_стапка(k)}$$

Пример: вреднување на бесконечен готовински тек од $ 100 – годишно, со дисконтна стапка од 20%.

$$вредност = \frac{\$100}{0.20} = \$500$$

т.е. $вредност = \$100 \times \left(\frac{1}{0.20}\right) = \$100 \times 5 = \$500$

Мултипликаторот кој се користи за вреднување на паричните текови е 1/.20 = 5. При проценка на комерцијални недвижности, потребно е да се дефинира поимот стапка на капитализација или “cap” rate. Стапката на капитализација (capitalization rate) е во реципрочен однос со мултипликаторот кој се користи за вреднување на имот. Во примерот, стапката на капитализација е 5 и е слична со дисконтната стапка за

дисконтирање на паричните текови. Но, стапката на капитализација не е секогаш и дисконтна стапка (понекогаш е пониска од дисконтната стапка, кога се очекува готовинските текови да растат, или е под дисконтната стапка кога се очекува готовинските текови да се намалуваат).

Во наредниот пример може да се илустрира како стапката на капитализација се разликува од дисконтната стапка: готовинските текови од $ 100, годишно растат по стапка од 5% бесконечно, а дисконтната стапка е 20%. Се применува Гордоновиот модел на раст (Gordon growth model):

$$\text{вредност} = \frac{\text{готовинскитек}_0\left[1 + \text{стапка на раст (g)}\right]}{\text{дисконтна стапка (k)} - \text{стапка на раст (g)}}$$

$$\text{Value} = \frac{\text{Cash Flow}_0\left[1 + Growth_Rate\,(\text{g})\right]}{\text{Discount Rate}\ \ (\text{k}) - Growth_Rate\,(\text{g})}$$

$$Value = Cash_Flow_0 x\left(\frac{\left[1 + Growth_Rate(g)\right]}{Discount_Rate(k) - Growth_Rate(g)}\right)$$

$$Value = Cash_Flow_0 x\left(\frac{1}{Cap_Rate}\right)$$

$$\text{вредност} = \frac{\$\,100_{\ 0}\left[1 + 0.5\right]}{0.20 - 0.05} = \$\,700 \ \Leftrightarrow$$

$$\$\,100 \times \left(\frac{1 + 0.5}{0.20 - 0.05}\right) = \$\,100 \times 7 = \$\,700$$

$$\$\,100 \times \left(\frac{1}{0.1429}\right) = \$\,700$$

Популарниот пристап кој го користат финансиските професионалци за проценка на вредноста на фирмата вклучува примена на мултипликатор на сметковотствените добивки т.н. EBITDA – добивка пред камата, одданочување, депрецијација и амортизација.

Преку следниов пример е прикажан начинот на пресметка на вредноста на компанија со мултипликаторот EBITDA: на 1 август, EBITDA на компанијата ARG изнесувала $ 340 милиони, додека вредноста на спопредливата компанијата е $ 2.955.995.000, што резултира да EBITDA мултипликаторот за ARG е 8.69.

вредност на компанијата $_{2005}$=
$EBITDA_{2005} \times$ EBITDA мултипликатор

Enterprise Value $_{ARG2005}$ =
$EBITDA_{ARG2005} \times$ EBITDA Multiple

Вредноста на компанијата (бизнисот) претставува збир на вредноста на каматниот долг на фирмата + сопствениот капитал – паричните еквиваленти (готовина, жиро – сметка, краткорочни хартии од вредност наменети за продажба) на денот на вреднување на компанијата.

Summary

Every asset, financial as well as real, has a value. The key to successfully investing in and managing these assets lies in understanding not only what the value is but also the sources of the value. Analysts use a wide range of models to value assets in practice, ranging from the simple to the sophisticated. These models often make very different assumptions about pricing, but they do share some common characteristics and can be classified in broader terms. In general terms, there are three approaches to valuation: discounted cash flow valuation, relative valuation and contingent claim valuation.

Discounted cash flow valuation has its foundation in the present value rule, where the value of any asset is the present value of expected future cash flows that the asset generates. There are three paths to discounted cash flow valuation: the first is to value just the equity stake in the business, the second is to value the entire firm, which includes, besides equity, the other claimholders in the firm (bondholders, preferred stockholders, etc.) and the third is to value the firm in pieces, beginning with its operations and adding the effects on value of debt and other non-equity claims. While all three approaches discount expected cash flows, the relevant cash flows and discount rates are different under each.

In relative valuation, the value of an asset is derived from the pricing of „comparable“assets, standardized using a common variable such as earnings, cash flows, book value or revenues. One illustration of this approach is the use of an industry - average price-earnings ratio to value a firm. This assumes that the other firms in the industry are comparable to the firm being valued and that the market, on average, prices these firms correctly.

A contingent claim or option pays off only under certain contingencies - if the value of the underlying asset exceeds a pre-specified value for a call option, or is less than a pre-specified value for a put option.

Key words: *valuation, discounted cash flow valuation, relative valuation, contingent claim valuation.*

Литература

1. Aswath Damodaran*, Damodaran on Valuation*, Wiley Finance, 2-th ed., 2006.
2. Aswath Damodaran, *The Dark Side of Valuation*, Prentice Hall – Financial Times, 2001.
3. Sheridan Titman & John D. Martin, *The Art and Science of Corporate Investment Decision*, Pearson, 2008.
4. Shannon P .Pratt*, The market approach to valuing businesses*, 2-th ed., Wiley finance, 2005.

336.71 : 657.633
336.711(497.7)

Доц. д-р **Павлина СТОЈАНОВА**

УЛОГА И ОСНОВНИ ПЕРФОРМАНСИ НА ВНАТРЕШНАТА РЕВИЗИЈА ВО БАНКИТЕ

Апстракт

Внатрешната ревизија е независна активност која обезбедува објективно и стручно мислење, советодавно по карактер, а нејзината цел е да ја зголеми вредноста и да го подобри работењето на банката. Таа и помага на банката во исполнувањето на зададените цели преку поттикнување на воведувањето на систематски и дисциплиниран пристап на работа, кој ја подобрува ефикасноста на процесите поврзани со управувањето со ризикот, контролите и корпоративното управување. Филозофијата на внатрешната ревизија се огледува во постојаното континуирано следење на целокупното работење на банката, со цел да провери дали банката систематски управува со ризиците, кои произлегуваат од оперативните активности на банката, во согласност со принципите на стабилно работење, вклучувајќи управување со ресурсите на информационата технологија и други поврзани технологии. Управувањето со ризикот е најважниот дел од стратегискиот менаџмент на секоја банка и претставува есенцијален сегмент во остварувањето на деловните и финансиски цели. Управувањето со ризикот претставува одговорност на раководството.

Клучни зборови: *внатрешна ревизија, внатрешен ревизор, Служба за внатрешна ревизија, интерни контроли, управување со ризик*

Вовед

Ефикасното управување со ризикот, додава вредност на сите активности, зголемувајќи ја веројатноста за успех и намалувајќи ја можноста за неуспех. Внатрешните ревизори ги утврдуваат слабите точки на системот, го проценуваат ризикот и ги рангираат организационите делови / активности во согласност со профилот на ризикот. Проценката на ризик во голема мера се заснова на добра проценка и добро информирано мислење, и конечно, на

консолидираното искуството на ревизорите и менаџерите. Проценатa на ризикот, кој започнува со дефинирање на еден систем кој ги опфаќа сите цели треба да се направи со сеопфатни консултации со високи претставници на менаџментот.

Еден од најважните принципи на внатрешната ревизија е нејзината независност. Во таа смисла функцијата на внатрешна ревизија треба да биде воспоставена како јасно идентификувана организациона единица за внатрешна ревизија во банката. Ова произлегува од нејзината подреденост на надзорниот одбор на банката или одборот за ревизија, на кој таа редовно, во согласност со меѓународните стандарди за внатрешна ревизија, ги поднесува плановите и извештаите. Независноста се обезбедува со професионализам, односно со примената на меѓународните стандарди за внатрешна ревизија и најдобрите практики, како и со почитување на кодексот на професионална етика. Професионалноста на ревизорите се препознава преку способноста за проценка на ризикот и оценката на квалитетот на системите и процесите, давање препораки за подобрувања во работењето и примерно однесување кога се соочени со прашања на повреда на независноста или појава неправилности. За да внатрешната ревизија го постигне сето тоа, мора да биде спроведувана од страна на одговарачки профил на луѓе, кои имаат лични вештини, компетентност и доказ за стручност.

Конечно, филозофијата на внатрешната ревизија се согледува во ризикот и независноста, како и во обезбедување на независно и објективно мислење за управување со ризиците и системот на интерни контроли. За успешно управување со ризикот е одговорен менаџментот, кој има должност да ги дефинира соодветните начини или стратегии за управување со ризикот, како што се: игнорирање на постоењето на ризик, прифаќање на постоењето на ризик, контрола на ризикот, минимизирање на ризикот, диверзификација на ризикот и слично. Спроведувањето на соодветни интерни контроли во деловниот систем и постојаната грижа во врска со функционирањето, значително можат да допринесат за реализација на одбраните стратегии за управување со ризиците. Контролите се дизајнирани за да се спречи ризикот, со што се обезбедува постигнување на целите. Вкупниот ризик треба да се намали со соодветни контроли. Колку степенот на ризикот е поголем, толку добрите контроли со попотребни.

Дефинирање на внатрешната контрола

Системите за внатрешна контрола се од елементарно значење за стабилно, сигурно и долгорочно работење на банките и банкарскиот систем разгледуван во целина. Ефикасниот систем на внатрешна контрола треба да

обезбеди неколку клучни предуслови за обезбедување на континуитетот и перманентниот прогрес на работењето на банките, а пред сé: заштита на вредноста на активата, максимизирање на вредноста на банката, изработка на веродостојни и точни финансиски извештаи, унапредување на квалитетот и ефикасноста на управувањето, како и усогласеност со интерната и законската регулатива.

Меѓународните ревизорски стандарди го дефинираат системот на внатрешна контрола како збир од политики и постапки усвоени од страна на Управниот одбор на ентитетот кои помагаат во остварувањето на ентитетот, вклучувајќи ја лојалноста кон политиките, зачувување на средствата, спречување и откривање на измами и грешки, точност и потполност на сметководствената евиденција и навремено изготвување на веродостојни финансиски извештаи.

Внатрешната контрола е процес, серија постапки, по кои се извршуваат активностите на банката. Системот на внатрешна контрола претставува процес, а не физичка контрола извршена од страна на лица контролори.

Внатрешната контрола е дизајнирана да се спроведува од страна на Управниот одбор, работоводниот орган, средниот менаџмент и сите останати вработени во банката.

Од внатрешната контрола се очекува да му обезбеди на Управниот одбор и работоводниот орган разумна, а не апсолутна сигурност, како резултат на инхерентните ограничувања на внатрешните контроли, кои произлегуваат од грешките во човечкото расудување, намерна или случајна човечка грешка, односно техничка грешка, игнорирање на контролите итн.

Системот на внатрешна контрола, генерално, претставува процес кој е ефектуиран од страна на Управниот одбор, менаџментот и останатиот персонал, создаден за да обезбеди разумно уверување во врска со остварувањето на деловните цели[1]:

- Ефективност и ефикасност на оперативните процеси;
- Усогласеност со релевантната внатрешна и надворешна регулатива;
- Веродостојност на финансиското известување.

Процесот на спроведување на внатрешната контрола се состои од пет компоненти: контролна средина, оценка на ризикот, контролни активности,

[1] Reference Guide for Managing University Business Practices, Understanding internal control, University of California, стр.6

информации и комуникации и мониторинг.[2] Сите компоненти на внатрешната контрола мора да постојат за да се обезбеди нејзината ефективност.

Ефикасниот систем на внатрешна контрола подразбира идентификување и континуирано следење и управување со ризиците на кои е изложена банката и кои може негативно да влијаат врз остварувањето на поставените цели на банката. Основните цели на внатрешната контрола се следните:

Оперативни цели – ефикасно извршување на банкарските операции, ефикасно користење на активата, обезбедување услови за одговорно располагање со паричните средства, побарувања и имотот, заштита од загуби и максимизирање на вредноста на банката.

Цели за информираност – подготовка на реални, веродостојни, комплетни, редовни и конзистентни финансиски извештаи за интерно и екстерно известување.

Цели за усогласеност – усогласеност со законите и регулативата која се применува, со цел да се обезбеди сигурност дека банкарските активности се во согласност со сите важечки законски пописи, супервизорски стандарди, интерни политики и процедури на банката.

Генерално, внатрешната контрола се манифестира како административна и сметководствена контрола.

Дефинирање на внатрешната ревизија

Внатрешната ревизија претставува независна и објективна активност за уверување (проверка) и консалтинг, за да се зголеми вредноста на средствата и да се унапреди и подобри квалитетот на работење на банката. Оваа функција и овозможува на банката да ги постигне посакуваните цели воведувајќи систематски дисциплински пристап за проценка и подобрување на ефикасноста на управување со ризиците, контролите и процесот на управување со банката.[3]

[2] Arens. A., Elder, R., Beasley, M., Auditing and assurance services – an integrated approach, twelfth edition, Prentice Hall, New Jersey, 2008, стр.294

[3] Дефиниција на Одорот на директори на Институтот за внатрешни ревизори од јуни 1999 год. Извор: Internal Audit in banks and the supervisor`s relationship with auditors, Basel Committee on Banking Supervision, август 2001 година.

Внатрешната ревизија има примарна цел да обезбеди независно и објективно мислење до Одборот за ревизија и Надзорниот/Управниот одбор за управувањето со ризиците, системот на интерни контроли и корпоративното управување, преку мерење и оценување на ефективноста на наведените контроли и системи во реализирање на деловните цели.

Внатрешната ревизија обезбедува независни и објективни консултантски, односно советодавни услуги. Претставува независна активност на давање на објективно уверување и совет, воспоставена со цел да придонесе кон зголемување на вредноста и подобрување на работата на субјектот. Таа помага субјектот да ги постигне своите цели, применувајќи систематски, дисциплиниран пристап за проценка на подобрувањето на ефективноста на процесите за управување со ризикот, контролата и управувањето.

Внатрешната ревизија не треба да биде вклучена во процесите на внатрешната контрола кои ги проценува и за кои дава свое мислење. Внатрешната ревизија не би смеела да стане дел од внатрешните контроли или перманентно да се поврзува со неа.

Организирање на Служба за внатрешна ревизија

Народната банка на Република Македонија претставува супервизорско тело во однос на банките во Република Македонија, и е особено заинтересирана за поставување на солиден систем на внатрешна контрола и функција на внатрешна ревизија во целокупниот банкарски сектор. Ревизорската функција во рамките на банките во Република Македонија е регулирана со Законот за Банки, Законот за ревизија, Меѓународните стандарди за ревизија, Кодексот на етика за професионалните сметководители, Одлуките, Упатствата и Супервизорските циркулари на НБРМ.

Согласно регулаторните барања, во банките треба да се врши ефикасна внатрешна ревизија на системите за внатрешна контрола, од страна на независна организациона единица, која ќе функционира во состав на банката, а во која ќе бидат вработени стручни и компетентни лица.

Надзорниот одбор на банката е должен да организира служба за внатрешна ревизија, како независен организационен дел во банката.[4] Службата за внатрешна ревизија ги извршува активностите и задачите во

[4] Согласно член 95 став 1 од Законот за банки (Сл. Весник на РМ 67/2010)

согласност со принципите и стандардите на внатрешната ревизија, етичкиот кодекс на банката и политиките и процедурите за работење на службата.[5]

Значи, службата за внатрешна ревизија е независен организационен дел, кој функционално и организационо е издвоен од останатите организациони делови во банката. Службата за внатрешна ревизија е лоцирана над оперативните организациони делови, а непосредно под Надзорниот одбор и Одборот за ревизија на банката.

Целите на Службата за внатрешна ревизија вклучуваат:

- Цели за усогласеност со регулативата – вршење на активностите согласно регулативата, интерните политики и процедури;
- Цели за информираност - изработка на реални, точни, навремени, квалитетни извештаи, неопходни на органите на управување за адекватно и квалитетно спроведување на процесот на одлучување.

Компетенции, права, обврски и одговорности на службата за внатрешна ревизија

Службата за внатрешна ревизија треба да биде соодветно кадровски екипирана, внатрешните ревизори треба да поседуваат соодветни сертификати, знаење од областа на сметководството, ревизијата и оперативните процеси во банката, стручност, како и совесност и одговорност за работата која ја вршат. Согласно Законот за банки, најмалку едно вработено лице во службата треба да поседува сертификат за овластен ревизор.[6] Вработените лица немаат овластување и директна одговорност за извршените активности во банката, што не ја исклучува можноста да бидат назначени за членови во постојани и повремени работни комисии, како консултанти, набљудувачи и претставници без право на глас.

Правата на вработените лица во Службата за внатрешна ревизија вклучуваат:

- Право да бараат документи и податоци за предметот за ревизија;
- Право да задржуваат копии и примероци од контролираните документи;
- Право да бараат усни и писмени информации од сите вработени во

[5] Исто, согласно член 95 став 4
[6] Исто, согласно член 95 став 5

банката, без оглед на нивната положба и статус во банката.

Одговорностите на вработените лица во Службата за внатрешна ревизија вклучуваат:

- Вршење на задачите во согласност со прописите;
- Вршење на квалитетна и професионална ревизија;
- Објективно и навремено известување за наодите од ревизијата;
- Вршење контроли врз спроведувањето на препораките од ревизијата.

Обврските на вработените лица во Службата за внатрешна ревизија се однесуваат на:

- Обврска за придржување кон принципот на тајност и доверливост на ревизијата, како и тајност на прибраните документи;
- Обврска во најмала можна мера да го попречува нормалното функционирање на деловите од банката кои се предмет на ревизија;
- Обврска веднаш да ги информира Надзорниот и Управниот одбор на банката за секој факт откриен при контролата кој укажува дека е направено кривично дело;
- Обврска да помага во формулирањето и усовршувањето на правилата на внатрешната контрола и политиките и процедурите на банката;
- Обврска постојано да се усовршува.

Задачи на Службата за внатрешна ревизија

Службата за внатрешна ревизија врши постојана и целосна ревизија на законитоста, правилноста и ажурноста на работењето на банката преку[7]:

- оцена на адекватноста и ефикасноста на системите на внатрешна контрола;
- оцена на спроведувањето на политиките за управување со ризиците;
- оцена на поставеноста на информативниот систем;

[7] Согласно член 95 став 3 од Законот за банки (Сл. Весник на РМ 67/2010)

- оцена на точноста и веродостојноста на трговските книги и финансиските извештаи;
- проверка на точноста, веродостојноста и навременоста во известувањето согласно со прописите;
- следење на почитувањето на прописите, етичкиот кодекс, политиките и процедурите;
- оцена на системите за спречување на перење пари и оцена на услугите што банката ги добива од друштвата за помошни услуги на банката.

Денеска, повеќе од кога било се истакнува и значењето на консултативната и советодавната улога на внатрешната ревизија, со цел подобрување на функционирањето на банката и овозможување на донесување на добри деловни одлуки од страна на менаџментот на банката, во насока за нејзино поуспешно идно работење.

Предмет и принципи на внатрешната ревизија

Службата за внатрешна ревизија изготвува годишен план за работа, што го одобрува надзорниот одбор. Во планот задолжително се наведува предметот на ревизија со опис на содржината на планираната ревизија во одделни области и распоред на контролите во текот на годината со планирано времетраење за спроведување на контролите.

Делокругот на ревизија на Службата за внатрешна ревизија се движи во следните рамки:

- Сите функции и активности на банката;
- Сите организациони делови и субјекти, сите подружници и филијали
- Надворешни обезбедувачи чиј прекин на извршување на услуги за банката може да предизвика дисконтинуитет во извршувањето на активностите, односно, консеквентно, да предизвика прекин на деловните процеси, што во крајна линија може да биде причина за искажување загуба.

Инаку, внатрешната ревизија се базира на неколку клучни принципи:

- Континуитет на вршење на функцијата, што претпоставува поставување на лица и обезбедување на услови за континуирано, сеопфатно и професионално вршење на ревизијата во банката;

- Независност, односно внатрешната ревизија треба да биде независна од активностите кои се предмет на ревизија и од секојдневните процеси кои ги врши внатрешната контрола;
- Професионална компетентност, која се оценува според знаењата и стручноста на ревизорот, способноста да прибира информации, да врши проверки, тестови, да прибира ревизорски докази и да комуницира. Ревизорите мора да бидат во тек со промените во банкарските техники и регулативата;
- Политики и процедури за вршење на внатрешна ревизија – основен водич во работењето на Службата за внатрешна ревизија. Политиките и процедурите периодично треба да се ревидираат и да се усвојуваат од страна на Надзорниот одбор на банката;
- Објективност, што претпоставува дека лицата од Службата за внатрешна ревизија не треба да бидат инволвирани во извршувањето на активностите на банката, ниту, пак, во поставувањето на системите на внатрешна контрола;
- Обем на активности – целокупното работење на банката, односно сите активности и субјекти, филијали и подружници, вклучително и активностите кои ги вршат надворешните обезбедувачи на услуги;
- Интерни процедури за оцена на потребното ниво на капитал според ризичниот профил на банката, односно редовна и независна оценка на поставеноста и функцијата на управување, следење и контрола на ризиците со цел да се ограничат ризиците до ниво кое е прифатливо согласно капиталот на банката.

Перформанси на внатрешната ревизија во банките

Функционирањето на Службата за внатрешна ревизија во банките се базира на неколку клучни елементи: а) план за вршење на внатрешна ревизија, б) процедури, в) ефикасно управување со Службата за внатрешна ревизија и г) разработени видови на ревизија[8].

а) План за вршење на внатрешната ревизија

[8] Супервизорски циркулар бр.1: за системите на внатрешна контрола, поставеноста на внатрешната ревизија, улогата на надворешната ревизија и релацијата помеѓу внатрешната ревизија, надворешната ревизија и банкарската супервизија (ревидирана верзија), Април, 2005 год., стр.24

Активностите на Службата за внатрешна ревизија се дефинирани со годишниот план за ревизија, усвоен од страна на Надзорниот одбор на банката. Планот треба да задоволува неколку услови:

- да биде реален и да овозможува периодичен увид во сите поважни аспекти на работењето на банката, преку редовните, односно планираните ревизии, но и преку вонредните, специјалните, непланирани ревизии на одредени аспекти од работењето;
- да ги вклучува и останатите задачи, како на пример давањето на совети и мислења за одредени прашања;
- да вклучува обука на вработените лица во Службата за внатрешна ревизија;
- да вклучува детали за бројот на лицата и професионалната компетентност;
- да вклучува податоци за потребното време и фрекфенцијата на ревизиите.

Генерално, планот треба да се базира на проценката на ризиците на работењето, направена врз основа на пишани процедури кои ги воспоставува Директорот на Службата за внатрешна ревизија. Анализата на ризиците треба да се однесува на сите активности и субјекти во банката, односно на целокупниот систем на внатрешна контрола. Врз основа на резултатите од овие анализи се донесува план за ревизија на годишна основа.

Клучни фази во изработката на годишниот план се:

- Рангирање на приоритетни области за ревизија од матрицата според оценката на ризиците, односно дефинирање на ревизорскиот ангажман;
- Изработка на оптимален годишен план за ревизија;
- Проценка на расположливото време (во човек - денови) и потребното време за ревизорските ангажмани;
- Модификација на оптималниот годишен план со цел да се изработи финалниот годишен план за ревизија;
- Валидација на финалниот годишен план за ревизија од страна на одборот за ревизија.

Целта на годишниот план за ревизија е да информира и обезбеди одобрување од Одборот за ревизија за активностите кои треба да се извршуваат, да обезбеди алокација на ресурсите во области кои обезбедуваат

оптимална вредност за организацијата и да обезбеди мониторинг и контрола на опфатот и покриеноста на ризиците и областите за ревизија, во рамки на 3 до 5 годишен период на планирање.

б) Процедури на внатрешната ревизија

За секоја задача на внатрешната ревизија треба да постои Програма за работа во која ќе бидат дефинирани целите кои треба да се постигнат.

Најпрво, во насока на квалитетно вршење на ревизорските ангажмани треба да бидат воспоставени процедури за тековната и постојаната документација на Службата за внатрешна ревизија. Извршените контроли од страна на Службата за внатрешна ревизија мора да бидат документирани и поткрепени со работни материјали (преглед на документите во банката, непосреден увид, интервју итн.). Истите треба да бидат организирани и средени на начин кој ќе овозможи лесно да се провери начинот на кој е извршена контролата.

Тековната документација обично се состои од документите кои се прибрани во текот на вршење на ревизијата (белешки од значајните деловни одлуки, финансиски извештаи, проблеми во врска со имплементацијата на препораките итн.). Постојаната документација ги содржи документите за организациониот дел кој е предмет на ревизија и кај кои во рамките на подолг период не се настанати промени (општи податоци, организациона структура, акт за основање, планови за имплементација на препораките од Службата за внатрешна ревизија, Извештаите на Службата за внатрешна ревизија).

Службата за внатрешна ревизија треба да изготви извештај за извршената внатрешна ревизија, како и извештај за работењето на Службата за внатрешната ревизија. Извештаите за извршените ревизии се доставуваат до Управниот одбор и до Одборот за ревизија, а пак полугодишниот и годишниот извештај за работата на Службата за внатрешна ревизија треба да се изработат и да се достават за разгледување и усвојување, за првата наредна седница на Управниот одбор по истекот на периодот на кој се однесуваат.

Во рамки на вршењето на советодавната улога, Службата за внатрешна ревизија на директорите на организационите единици и Управниот одбор на банката им обезбедува и соодветни консултации во вид на[9]:

[9] Исто, стр. 26

- Препораки за време на ревизиите;
- Коментари во однос на интерната регулатива;
- Мислења во однос на отпочнувањето на нова активност, нова технологија, измена на дотогашен деловен процес, решенија за тековни дилеми во однос на организационата структура, процеси, процедури итн.;
- Обука, организирање семинари, давање мислења за активностите на банката.

Вработените лица во Службата за внатрешна ревизија имаат право на пристап до сите податоци во банката, без оглед на степенот на нивната доверливост и начинот и местото на чување. Вработените лица во Службата за внатрешна ревизија имаат право на пристап до сите простории на банката, без оглед на начинот на кој тие се обезбедени и право на пристап до информативниот систем. Службата за внатрешна ревизија има обврска да ги чува во тајност документацијата, податоците, документацијата, фактите и состојбите добиени за време на вршење на внатрешната ревизија.

в) Управување со Службата за внатрешна ревизија

Со Службата за внатрешна ревизија управува директор. Директорот на Службата за внатрешна ревизија е одговорен за усогласеноста на работата на Службата за внатрешна ревизија со принципите на внатрешната ревизија. Тој треба да обезбеди план на ревизија, како и пишани политики и процедури за вработените во оваа служба. Директорот е одговорен за професионалната компетентност, обуката и за зајакнувањето на кадарот според потребите. Во негова надлежност спаѓа и грижата за непотребно дуплирање на работата на внатрешните ревизори со онаа на надворешните ревизори.

г) Видови на внатрешна ревизија

Според областа на ревизијата, внатрешната ревизија се дели на[10]:

· Финансиска ревизија: контрола на адекватноста на сметководствениот систем, информациите кои ги обезбедува овој систем и финансиските извештаи, односно проверка на точноста на

[10] Исто, стр. 27

презентацијата на сметководствените и финансиските извештаи, како и на нивната усогласеност со прифатените критериуми и стандарди;

- Ревизија на усогласеноста: оцена на квалитетот и адекватноста на поставените системи за проверка на усогласеноста со законите, регулативата, политиките и процедурите;
- Оперативна ревизија: оцена на квалитетот и адекватноста на сите поставени системи и процедури, критичка анализа на организационата структура, во смисла на адекватноста на методите и ресурсите во однос на поставените задачи, систематично контролирање на сите операции во согласност со поставените цели и нивното реализирање, како и идентификување на можностите за подобрување и давање на препораки за подобрување, продолжување или прекинување на тие активности;
- Ревизија на функцијата на управување: утврдување на квалитетот на управување и контрола на ризиците во рамки на поставените цели на банката.

Според природата и обемот на ревизијата, пак, внатрешната ревизија се дели на[11]:

- Редовни: ревизии предвидени со Годишниот план на Службата за внатрешна ревизија;
- Специјални: во случај на сомневање за големи неправилности, измами или измени во оцената на ризиците, по барање на членови на Управниот одбор или на секторски директори;
- Целосни: кои ги опфаќаат сите активности во рамки на еден организационен дел на банката;
- Делумни: кои се однесуваат на одредна активност, организационен дел, работен процес или индивидуални функции кај повеќе операции;
- Најавени: со претходна најава до организациониот дел кој ќе биде предмет на ревизија, преку Писмо за известување за вршење на внатрешна ревизија, најмалку три дена однапред;
- Повторни: проверка дали се отстранети слабостите и неправилностите утврдени со претходните ревизии;
- Ex - post: ревизија на постојни и минати активности во банката;
- Ex - ante: проверка на сигурноста на идните активности.

[11] Исто, стр. 28

Работата на внатрешната ревизија во банките всушност претставува систематски процес на објективно собирање на докази кои ја потврдуваат стручната проценка на системите и процесите кои се предмет на ревизија. Проценката е целина од наоди за позитивните страни и слабостите на системите и процесите во однос на идентификуваните ризици и цели. Целта на нејзината работа е да се извршат сите ревизорски процедури наведени во ревизорската програма со цел да се постигне целта на ревизијата. Доказите треба да обезбедат поддршка на наодите за ревидираните процеси. Се проценува квалитетот и ефикасноста на контролите спроведени од менаџментот со цел континуирано да се контролираат процесите кои се предмет на ревизија. Работата на терен вклучува ревизија на работата на деловните единици, односно експозитури и филијали. Во рамки на интерните акти (политики, процедури и методологии за работа) подетално се дефинираат начинот на вршење на теренската контрола, најдобрите практики, начинот на документирање на ревизорските докази, оцена на адекватноста на спроведувањето и имплементацијата на регулаторните барања и интерната регулатива.

Процес на работа на Службата за внатрешна ревизија

Процесот на работа на Службата за внатрешна ревизија се одвива во неколку фази:

- Инструкции на тимот на внатрешната ревизија;
- Писмо за известување за вршење на внатрешна ревизија;
- Барање за доставување на податоци;
- Подготовка на внатрешната ревизија;
- Почетен разговор со претставници на организациониот дел - предмет на ревизија,
- Вршење на внатрешната ревизија,
- Завршен состанок со претставници на организациониот дел - предмет на ревизија,
- Изработка на извештај од извршена ревизија,
- Известување до надлежните органи на банката.

Службата за внатрешна ревизија користи неколку методи на прибирање на евиденција: интервју, контрола според самостојна оценка, прегледи, табели и графикони; тестирање на системите на внатрешната

контрола и тестирање на податоците; компјутерски апликации, програмски пакети и процедури, фотографии и др.

Ревизорските наоди утврдени со помош на горенаведените методи се карактеризираат со четири елементи: критериум, контролна слабост, причина и ефект. Секој од наодите се класифицира според степенот на ризик. На пример, рангирањето на ревизорските наоди може да се изврши според три категории/нивоа на ризик: висок, среден и низок ризик.

Службата за внатрешна ревизија треба да има дефиниран и развиен систем за мониторинг на респонзивноста на организационите единици на банката во однос на детектираните слабости и дадените препораки од страна на Службата за внатрешна ревизија.

Оценка на ризиците

Ризикот се дефинира како веројатност дека потенцијален настан, акција или непреземање на акција, може негативно да влијае на остварување на деловните цели на организацијата.

Активноста на внатрешна ревизија треба да ѝ помогне на организацијата, идентификувајќи и проценувајќи ги значителните изложувања на ризик и придонесувајќи кон подобрување на системите за управување со ризик и контрола.[12] Согласно регулативата, внатрешната ревизија еднаш годишно мора да изврши ревизија на ризиците на кои подлежи работењето на банката. Ова се однесува на сите ризици на кои е изложена банката како: кредитен ризик, ризик од каматни стапки, валутен (девизен) ризик, пазарен ризик, ликвидносен ризик, оперативен ризик, ризик од концентрација, ризик од капитални вложувања и вложувања во недвижности, ризик на земја и ризик од активности поврзани со друштва за помошни услуги.[13] Врз основа на проценката на ризиците и резултатите од оценувањето на ризиците, внатрешната ревизија ги дефинира приоритетните области за ревизија, како основен предуслов за изготвување на оптимален план за ревизија.

Главна улога на внатрешната ревизијата која се однесува на управувањето со ризиците е:[14]

[12] IIA: International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing, Standard 2120 – Risk Menagement, 2009 год., стр.7

[13] Stanišič, M., Stanojevič Lj., Revizija u bankarstvu, Univerzitet Singidinum, Beograd, 2007, стр. 77

[14] IIA Position paper: The Role of Internal Auditing in Enterprise-Wide Risk Management, 2009, стр. 3

- Обезбедување на уверување за процесот на управување со ризици (риск менаџментот),
- Обезбедување на уверување дека ризиците се соодветно проценети,
- Проценување на процесот на управување со ризици,
- Проценување на известувањето за главните ризици,
- Преглед на менаџментот на главните ризици.

Сепак, треба да се нагласи дека менџментот останува целосно одговорен за управувањето со ризици. Внатрешните ревизори треба да обезбедат совети и да ги предизвикаат или поддржат одлуките на менаџментот поврзани со ризикот, но не треба да носат одлуки поврзани со управувањето со ризикот (т.е. наметнување на текот на процесот на управување со ризикот, давање одговори поврзани со ризикот во име на менаџментот и сл.).

Инаку, ревизорскиот ризик претставува опасност ревизорот да изрази несоодветно ревизорско мислење кога финансиските извештаи содржат поголеми неточности. Ревизорскиот ризик се состои од три дела: инхерентен, контролен и ризик на детекција[15]. Инхерентниот ризик е ризик дека ќе се случи значајна грешка која не е поврзана со внатрешните контроли. Контролниот ризик се дефинира како ризик дека ревизорот нема да спречи или забележи значајна грешка која може да се случи, додека детекциониот ризик се дефинира како опасност ревизорот да не открие значајна грешка во финансиските извештаи.

Заклучок

Внатрешната ревизија која функционира во една банка ја олеснува работата на банкарските супервизори и го подобрува банкарското работење. Силна внатрешна контрола, вклучувајќи и внатрешна ревизија, како и еден независен надворешен систем на ревизија, претставува дел од едно цврсто деловно раководење, што од своја страна придонесува за ефикасен и соработувачки однос меѓу раководството на банката и супервизорите на истата. Ефикасен систем на внатрешна ревизија е еден непроценлив извор на информации за раководството на банката, за нејзините супервизори и за квалитетот на системот на внатрешна контрола во таа организација.

Внатрешната ревизија претставува независна и објективна активност на консултирање и осигурување, наменета за зголемување на вредноста и

[15] Arens. A., Elder, R., Beasley, M., Auditing and assurance services – an integrated approach, twelfth edition, Prentice Hall, New Jersey, 2008, стр.259

подобрување на работата на организацијата. Таа и помага на една организација да ги постигне своите цели со воведување на систематски и дисциплиниран пристап за оценување и подобрување на ефикасноста на процесите за справувањето со ризици, контрола и управување.

Развојот и сепософистицираниот начин на банкарско работење ја зголемува изложеноста на банките на разни видови на ризици. Овој тренд наметнува потреба од континуирано проширување на обемот на внатрешната контрола во насока на опфаќање и следење на управувањето со сите ризици со кои банките се соочуваат на секојдневна основа. Внатрешната контрола претставува механизам за рано откривање на грешките и неправилностите во работењето, како и за спречување на злоупотреби и измами.

Внатрешната ревизија, соодветно надополнета од надворешната ревизија, создава сеопфатна ревизорска функција која ги одржува неопходните внатрешни контроли и правилното извршување на целокупните банкарски активности. Меѓусебната соработка на супервизорските власти, надворешните и внатрешните ревизори, ја подобрува ефикасноста во работењето на сите три инволвирани страни, при што секоја страна носи своја одговорност.

ROLE AND BASIC PERFORMANCE OF INTERNAL AUDIT IN BANKS

Summary

Internal auditing is an independent, objective assurance and consulting activity. It's core role is to provide objective assurance to the board of directors on the effectiveness of risk management. Board of directors and internal auditors agree that the two most important ways that internal auditing provides value to the organization are in providing objective assurance that the major business risks are being managed appropriately and providing assurance that the risk management and internal control framework is operating effectively.

To maintain complete independence, internal audit is not responsible for performing or authorising any of the day-to-day tasks which enable the bank to operate. Nor is it directly responsible for the implementation of any new initiatives, even where these arise as a result of audit recommendations. Internal audit should, however, be prepared to offer advice, cooperation and practical assistance to line management whenever possible.

With the progressive deregulation and liberalization of the financial sector, banks are increasingly exposed to various kinds of risk - both financial and non-financial. Efficiency of every bank depends on how effectively it is managing the risks and ensuring a competitive risk adjusted return on capital. For this, it is essential to have in place effective risk management and internal control systems, which are crucial to the conduct of banking business not only to lead the bank more profitably but also in compliance of prudential guidelines, for which a professional approach in risk management is called for.

Литература

1. Arens. A., Elder, R., Beasley, M., Auditing and assurance services – an integrated approach, twelfth edition, Prentice Hall, New Jersey, 2008
2. Committee on Sponsoring Organization of the Treadway Commission – COSO – Effective Enterprise Risk Oversight – The Role of the Board of Directors – 2009
3. Crnkovic B ,Interna revizija , Mikrograd ,Zagreb 1997
4. Journal of Accountancy: ERM Opportunities for Improvement – Take your risk management system to next level – September 2009
5. IIA: International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing, Standard 2120 – Risk Menagement, 2009
6. IIA Position paper: The Role of Internal Auditing in Enterprise-Wide Risk Management, 2009
7. Ratliff, L. R., Wallace, W., Sumners, E. G., McFarland, G. W., Loebbecke, J.,: Internal Auditing - Principles and Techniques, second edition, The Institute of Internal Auditors, Altamonte Springs, USA, 1996
8. Reference Guide for Managing University Business Practices, Understanding internal control, University of California, 2008
9. Stanišič, M., Stanojevič Lj., Revizija u bankarstvu, Univerzitet Singidinum, Beograd, 2007
10. Супервизорски циркулар бр.1: за системите на внатрешна контрола, поставеноста на внатрешната ревизија, улогата на надворешната ревизија и релацијата помеѓу внатрешната ревизија, надворешната ревизија и банкарската супервизија (ревидирана верзија), Април, 2005 год.;
11. Закон за банки (Сл. Весник на РМ 67/2010)

331.5.01

Доц. д-р **Емилија СТЕВАНОВСКА**

БЕВЕРИЏ КРИВАТА ВО ЕКОНОМСКАТА АНАЛИЗА НА ПАЗАРОТ НА ТРУД

Апстракт

Една од карактеристиките на пазарот на труд е неговата неспособност за чистење. Во било која секвенца на времето, постојат и работници без работа и слободни работни места без работници. Се поставува прашање како еден од најпродуктивните ресурси да не е целосно ангажиран во добро функционална пазарна економија?

Беверџ кривата даде нова и побогата рамка за размислување околу проблемот на невработеноста, рамка која се базира на приливот и одливот на работниците, совпаѓањето на работниците и работните места и преговарањето околу висината на наемнините. Рамката започнува од основен факт: пазарот на труд се карактеризира со големи текови на работници; високи стапки на отпуштања и високи стапки на вработувања од страна на фирмите. Во ваков пазар на труд, процесот на совпаѓање на работниците и работните места е доста комплексен и секогаш ќе постојат работници кои бараат работа и работни места кои бараат работници. Од гледна точка на ефикасноста, секогаш ќе постои оптимална стапка на невработеност и јасно е дека оваа стапка ќе биде позитивна големина.

Клучни зборови: *стапка на невработеност, фрикциона невработеност, ригидни наемнини, Беверџ крива, функција на совпаѓање, слободни работни места, трошоци од невработеност.*

Вовед

Невработеноста отсекогаш била присутна во пазарните економии. Значи не е спорна нејзината појава, туку нејзините размери и нејзината перзистентност, дури и во најразвиените држави во светот. Невработеноста пред сé, е економски проблем, затоа што предизвикува трошоци како за индивидуите кои се невработени, така и за општеството во целост. Трудот кој не се искористува за производство значи перманентен губиток на аутпут,

а со тоа и намалување на потрошувачката. Значајни за општеството од друга страна, се и издатоците кои ги сноси за обезбедување на неопходниот егзистенцијален минимум во вид на социјални трансфери на невработените.

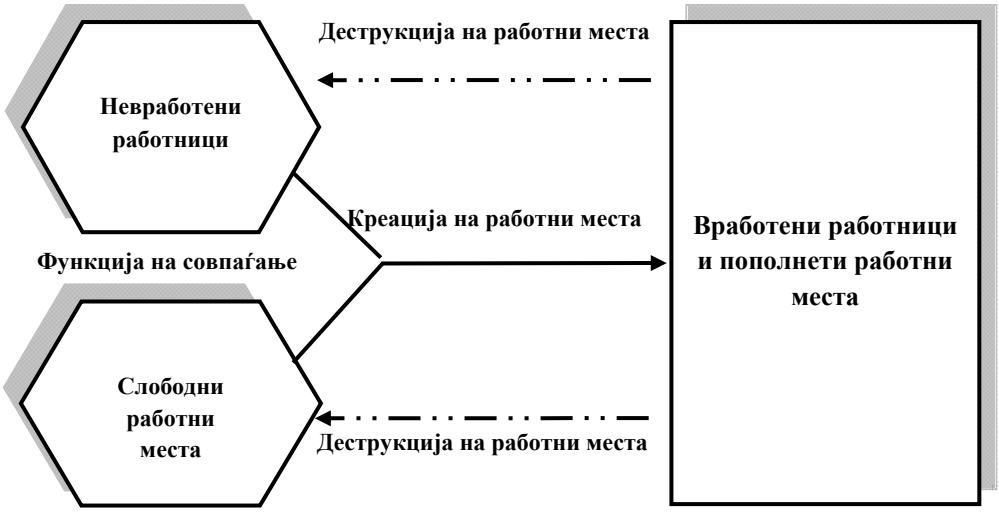
Економистите го оправдуваат неуспехот на пазарот на труд со постоење на различни "фрикции". Овие фрикции се појавуваат затоа што трудот, спротивно од нафтата или златото, не е хомоген ресурс. Услугите добиени од водоинсталатер се различни од оние на адвокатот, а дури и адвокатите се разликуваат во услугите кои ги обезбедуваат, некои се специјализираат во уставно право, други во граѓанско право. Совпаѓањето на слободните работни места и работниците е повеќе од тривијален проблем. Хетерогеноста на трудот и услугите кои ги обезбедуваат исто така прави потешкотии за работодавачите при разликувањето на продуктивните од непродуктивните работници.

Поставување на рамката при анализата на пазарот на трудот

Во текот на последните триесеттина години, економистите имаат развиено теорија за пазарот на труд која ја зема предвид хетерогеноста на трудот и која го опишува процесот на совпаѓање на работниците и работодавачите. Моделот на невработеност според оваа теорија се состои од три елементи. Секој елемент карактеризира различен аспект на пазарот на труд, и сите елементи заедно го детерминираат однесувањето на целокупниот пазар на труд. Првиот елемент го опишува начинот на одредување на наемнините. Вториот елемент се состои од бројот на работни места кои претпријатијата одлучуваат да ги отворат, а третиот елемент го опишува процесот преку кој невработените работници и слободните работни места се пресретнуваат, а тоа е процесот на креација на работни места.[1]

[1] Guillaume Rocheteau: Understanding Unemployment, Federal Reserve Bank of Cleveland, Research Department (2006) стр.3

Слика 1. Текови на формирање и деструкција на работните места



Извор: Joseph Stiglitz: Principles of Microeconimics, W.W. Norton & Company, New York (1993), стр. 119

Бевериџ кривата и нејзините основни постулати

Бевериџ кривата претставува графички приказ на релацијата помеѓу невработеноста и стапката на слободни работни места (бројот на непополнети места како пропорција од работната сила). Слободните работни места се прикажани на вертикалната оска, а невработеноста на хоризонталната оска. Таа добива негативен наклон заради зголемувањето на невработеноста при намален број на слободни работни места. Ако се придвижува нанадвор, тогаш даденото ниво на слободни места асоцира со повисоко ниво на невработеност, што имплицира намалена ефикасност на пазарот на труд. Ваквата состојба на пазарот на труд е последица на несовпаѓањето помеѓу слободните работни места и невработените лица, како и на ограничената мобилност на работната сила.[2]

[2] Вилијам Х. Бевериџ (1879-1963) е англиски економист кој работел извесен период и како Министер за труд на В. Британија и бил директор на London School of Economics and Political Sciences. Бевериџ ја гледал полната невработеност (која ја дефинирал како невработеност не повисока од 3%) во делот на програмата за социјална благосостојба елаборирана (1942) во неговиот „Бевериџ извештај“ и во „Полна вработеност во слободно општество“ (1944)

Одредување на наемнините WS (wage-setting). Сите пазари на труд не функционираат на ист начин, но во повеќето, наемнините W се детерминирани преку процес на преговори помеѓу работниците и работодавачите. Резултатот од процесот на преговори зависи од две работи: од преговарачката моќ на секоја странка и од надворешните можности за секоја од нив. Странката со најголема моќ, работникот или претпријатието, е онаа која може да добие поголем дел од вишокот кој ќе произлезе од нивниот взаемен однос. Надворешните опции за работникот или за претпријатието зависат од нивниот доход доколку процесот на совпаѓање не се изврши, како и од нивната способност да лоцираат алтернативни партнери ако процесот на преговори пропадне. Надворешните можности се под влијание на нерамнотежната состојба на пазарот на труд т.е. од бројот на слободни работни места и бројот на невработени. Наемнините одговараат на промените на надворешните можности по следната логика. Ако бројот на слободни работни места на еден невработен работник е голем, тогаш надворешната можност за работниците е добра и тие ќе бараат повисока наемнина. Претпријатијата се спремни да ја платат оваа повисока наемнина за да ги избегнат трошоците за барање нов работник. Но ако бројот на слободни работни места е дефицитарен во однос на бројот на невработени, тогаш надворешната можност за работниците е оскудна и тие се спремни да прифатат пониски наемнини со цел да избегнат долгорочна невработеност.

Повеќето објаснувања за процесот на одредување на наемнините предвидуваат дека наемнините ќе растат како што расте бројот на слободни работни места, без разлика дали наемнините се формираат на преговарачка маса или не. Односот помеѓу бројот на слободни работни места и наемнините се нарекува крива на поставување на наемнината. Кривата на поставување на наемнината е позитивно наклонета нагоре и покажува дека како што се зголемува бројот на слободни работни места, работниците бараат повисоки наемнини. Кривата на поставување на наемнината се поместува налево или на десно кога се менуваат фундаментите на економијата. На пример, кривата се поместува надесно, што значи дека наемнините се зголемуваат, кога расте продуктивноста на работниците, или кога работниците добиваат поголема преговарачка моќ или кога добиваат подарежливи бенефиции од невработеност.[3]

објаснувајќи го начинот на кој може да се постигне. Алтернативните мерки за постигнување на полна вработеност вклучуваат кејнзијански стил на фискална регулација, директна контрола на моќта и државна контрола на средствата за производство. Идејата водилка зад размислувањата на Бевериџ е социјалната правда и креацијата на ново идеално општество после војната. Тој верувал дека пронаоѓањето на објективни социо - економски закони ќе го решат проблемот на невработеноста, како еден од најбитните проблеми на општеството.

[3] Olivier J. Blanchard & Lawrence Katz: Wage Dynamics: Reconciling Theory and Evidence, NBER Working Paper 6924, Cambridge (1999), стр.44

Отворање на работни места VS (vacancy – supply). Ако барањето на соодветен работник е бесплатно и ако тој акт може да се направи моментално, претпријатијата ќе вработуваат работници се додека продуктивноста на секој нов работник не ја надмини пазарната наемнина. Но вработувањето на нов работник не е ниту бесплатно, ниту моментално. Работодавачот треба да го рекламира работното место, да го огласи, да ги евалуира кандидатите итн. Како последица на оваа пазарна фрикција, претпријатието ќе сака да отвори ново работно место само ако сумата на профитот што ќе ја добие со вработувањето на работник ги компензира трошоците за регрутирањето. Овој услов се нарекува услов за понуда на работни места. Бројот на работни места кои ќе бидат отврени на пазарот на труд е детерминиран како функција на пазарната наемнина и трошоците за регрутирање. Кривата е наклонета надолу што значи дека бројот на работни места опаѓа со порастот на наемнината. Кога наемнината е ниска, секој работник генерира висок профит и претпријатијата се спремни да отворат голем број на работни места. Се разбира, како што бројот на работни места се зголемува, станува потешко за претпријатијата да најдат сооветен работник. Како последица, вработувањето и трошоците за регрутирање се зголемуваат се додека мотивите за отворање на нови работни места не се исцрпат.

Повторно, промените на фундаментите на пазарот на труд ќе влијаат врз позицијата на кривата на понуда на работни места. Кривата на понуда на работни места ќе се движи нагоре, што значи дека претпријатијата ќе сакаат да вработат повеќе работници и да отворат поголем број на работни места, кога работниците стануваат попродуктивни, кога трошоците за барање на работник се намалуваат, и кога процесот на регрутирање станува поефикасен.

Совпаѓање на работниците и работните места. Кривата на одредување на наемнината WS и кривата на понуда на работни места VS, допуштаат да се детерминираат наемнината и бројот на работни места. Меѓутоа оваа информација не е доволна за детерминирање на стапката на невработеност. Она што треба да се знае е како бројот на работните места влијае врз невработеноста. Овој процес е наречен продуктивен процес на совпаѓање.[4] Аутпутот го претставува бројот на совпаѓања помеѓу работниците и претпријатијата или еквивалентно бројот на креирани работни места. Постојат два инпути: бројот на невработени работници и бројот на слободни работни места. Релацијата помеѓу залихата на невработени работници и залихата на слободни работни места спрема бројот на креирани работни места е т.н. функција на совпаѓање. Таа ги има следните карактеристики. Бројот на креирани работни места е поголем кога има повеќе невработени работници и повеќе слободни работни места. Овој процес е наречена продуктивен, токму заради оваа карактеристика: колку

[4] Guillaume Rocheteau: Understanding Unemployment, Federal Reserve Bank of Cleveland, Research Department (2006) стр.8

повеќе инпути влегуваат во процесот се добива поголем аутпут. Ако се дуплира бројот на слободни места и бројот на невработени работници, тогаш и бројот на креираните работни места ќе биде дуплиран исто така. Функцијата на совпаѓање има константен принос на обемот. Меѓутоа, стапката по која невработените работници наоѓаат работа се намалува како што се проширува кругот на невработени.

Ако економијата е стабилна состојба, каде бројот на креирани работни места е еднаков на бројот на деструкција на работните места и масата на невработени работници ќе остане непроменета. Во оваа стабилна состојба, стапката на невработеност ќе биде ниска ако креацијата на работните места е поголема од деструкцијата на работните места под услов да постојат голем број на слободни работни места. Но ако бројот на слободни места е низок, стапката на невработеност ќе биде висока. Негативната корелација помеѓу слободните работни места V и невработеноста U е претставена на десниот дел од графиконот и е наречена Бевериџ крива. Бевериџ кривата е значаен алат за економистите кои ги испитуваат фрикциите на совпаѓањето на работните места и работниците. Нагорното поместување на Бевериџ кривата е симптоматично за повеќе проблеми на несовпаѓање.

Очигледно е дека наемнините, слободните работни места и стапката на невработеност не можат да бидат објаснети одделно. Овие три дела од загатката треба да се стават заедно. Заради тоа што кривата на понуда на работни места VS е наклонета нагоре, а кривата на одредување на наемнините WS е наклонета надолу постои уникатна интерсекција меѓу нив. Точката во која се сечат двете криви ја детерминира пазарната наемнина W* и бројот на слободни работни места V*. Откако ќе се знае пресекот на двете криви може да се добие рамнотежната стапка на невработеност U* од Бевериџ кривата.

Бевериџ кривата го покажува односот помеѓу невработеноста и слободните работни места. Во секое време постојат работници кои бараат работа (невработени) и места кои бараат работници (слободни работни места). Процесот на совпаѓање се карактеризира со функција на совпаѓање - пополнување на слободните работни места од масата невработени.

$$E = \alpha U + (1- \alpha)V + Zm$$

E – вработување;

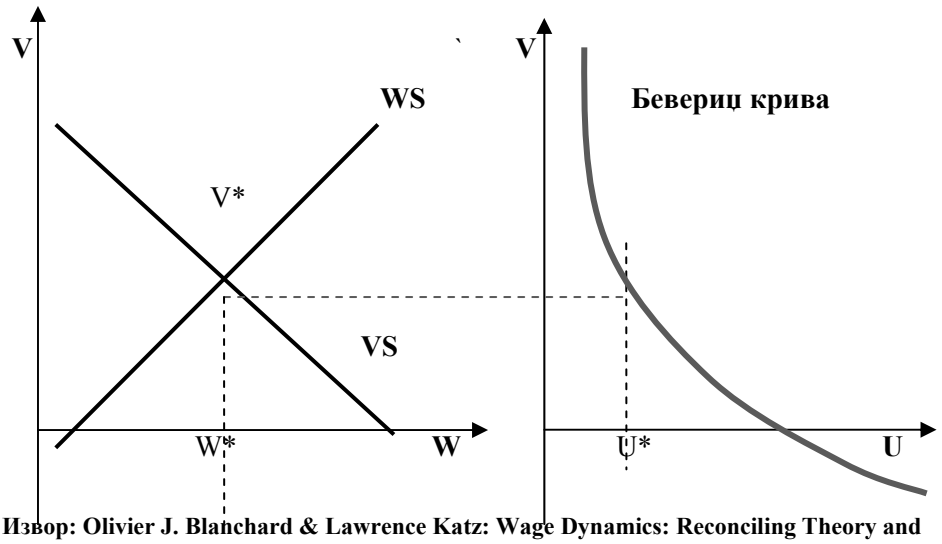
U – број на невработени лица;

V – слободни работни места и

Zм – фактори на процесот на совпаѓање.

Колку е поголем бројот на невработени или на слободни работни места има повеќе совпаѓања и повеќе вработувања. Поместувањата на Беверић кривата кореспондира на промените во Zм. Релацијата покажува дека траењето на невработеноста е опаѓачка функција на односот помеѓу слободните работни места и невработеноста.[5]

Графикон 1. Невработеноста и функцијата на совпаѓање на работниците и слободните работни места – Беверић крива



Извор: Olivier J. Blanchard & Lawrence Katz: Wage Dynamics: Reconciling Theory and Evidence, NBER Working Paper 6924, Cambridge (1999), стр.44

Мерките на економската политика и импликациите врз Беверић кривата

Позицијата на кривата ја покажува состобата во економијата во еден бизнис циклус. Беверић кривата може да се придвижува заради следните причини:

1. Процесот на совпаѓање детерминира колку ефикасно работниците наоѓаат ново вработување. Подобрувањата во системот на совпаѓање ќе ја придвижат кривата поблиску до оптималното ниво, затоа што

[5] Olivier J. Blanchard & Lawrence Katz: Wage Dynamics: Reconciling Theory and Evidence, NBER Working Paper 6924, Cambridge (1999), стр.44

ефективниот процес на совпаѓање значи побрзо пополнување на слободните работни места и вработување на невработените лица. Подобрувањата можат да бидат предизвикани од агенциите за вработување, пониската стапка на синдикализација и зголемување на мобилноста на работната сила.

2. Стапката на партиципација на работната сила, големина која зависи од вкупната популација и која го диктира растот на невработеноста, поместувајќи ја кривата нанадвор од оптималното ниво. Стапката на партиципација на работната сила може да се зголеми како последица на промените во половата и возрасната структура, образованието и имиграцијата.
3. Долгорочната невработеност ќе ја помести кривата нанадвор заради намалување на вредноста на човековиот капитал или заради негативната перцепција на невработените од страна на работодавачите.
4. Фрикциона невработеност, намалувањето на фрикциите ќе го намали бројот на фирмите кои бараат работници и бројот на невработени кои бараат работа. Ова ќе ја придвижи кривата кон оптималната положба. Фрикционата невработеност е последица на губењето на работата, отказите и креацијата на работни места.[6]

Бевериџ кривата даде нова и побогата рамка за размислување околу проблемот на невработеноста, рамка која се базира на приливот и одливот на работниците, совпаѓањето на работниците и работните места и преговарањето околу висината на наемнините. Рамката започнува од основен факт: пазарот на труд се карактеризира со големи текови на работници; високи стапки на отпуштања и високи стапки на вработувања од страна на фирмите. Во ваков пазар на труд, процесот на совпаѓање на работниците и работните места е доста комплексен и секогаш ќе постојат работници кои бараат работа и работни места кои бараат работници. Од гледна точка на ефикасноста, секогаш ќе постои оптимална стапка на невработеност и јасно е дека оваа стапка ќе биде позитивна големина.

Оваа едноставна теорија даде нови микроалатки за интерпретација на фактите и изворите на невработеност. Поточно, трасира пат за комбинирање на доказите од Филипсовата крива со доказите за Бевериџ кривата - однос помеѓу невработеноста и слободните работни места. Од методолошки аспект исто така донесе голем напредок. Таа дозволи повнимателно анализирање на импликациите на комплексните институции на пазарот на труд.[7] Нејзините

[6] Stephen Nickell; Luca Nunziata; Wolfgang Ochel & Glenda Quintini: The Beveridge Curve, Unemployment and Wages in the OECD from the 1960s to the 1990s, ESRC Centre for Economic Performance (1995) стр.51

[7] Rob Valleta: Job Matching: Evidence from the Beveridge Curve, Economic Research of FRBSF, San Francisco (2006), стр.96-97

претпоставки можат да се употребат при детерминирањето на рамнотежната стапка на невработеност која се менува под дејство на различните фрикции на пазарот на труд како што се: промената на продуктивноста на работниците, промената на преговарачката моќ на странките во процесот на преговори, трошоците за регрутирање, промената на економската политика или промена во институциите на пазарот на труд, бенефициите за невработеност, даноците на трудот итн.

Според теоријата, високите бенефиции за невработеност ја поместуваат кривата на одредување на наемнината надесно. Работниците се во подобра положба како невработени што им дозволува да преговараат за повисока наемнина. Како последица, претпријатијата имаат помал мотив да отворат нови работни места затоа што профитот од нив ќе биде помал. Подарежливите бенефиции за невработеност исто така можат да го забават процесот на совпаѓање на работниците и слободните работни места. Прво, невработените работници не чувствуваат притисок да брзаат во потрага по вработување и тогаш бараат работа со помал интензитет. Второ, тие се поизбирливи за типот на работа што би ја прифатиле. Заради овие ефекти, Беверић кривата се поместува нагоре и стапката на невработеност расте. Сумирано, подарежливите бенефиции за невработеност водат кон повисоки наемнини, помал број на нови работни места и поспоро совпаѓање што доведува до зголемување на стапката на невработеност.

Повисока моќ на преговарање која ја уживаат некои синдикати им дозволува на работниците да добијат поголем дел од вишокот генериран со работата. Бидејќи пазарната наемнина е повисока, претпријатијата имаат помали мотиви да отвораат нови работни места. Графички прикажано кривата на одредување на наемнината се поместува надесно што ги зголемува наемнините, а ја намалува понудата на работни места. Невработеноста расте. Данокот на трудот од една страна ги намалува мотивите на претпријатијата за отворање на нови работни места, а од друга страна мотивите на работниците за барање работа бидејќи данокот го намалува нето вишокот од пополнетото работно место. Графички, персоналниот данок ја поместува кривата на понуда на работни места надолу и точката на пресек на кривите е пониска, додека невработеноста е повисока.

Земји со слични политики можат да имаат различни стапки на невработеност заради користењето на различни технологии за спарување на работниците и претпријатијата. Интернет или агенциите за вработување, на пример, можат да го подобрат процесот на совпаѓање. Графички, кривата на понуда на работни места се придвижува нагоре. Покрај тоа, Беверић кривата се поместува надолу заради поефикасниот процес на совпаѓање. Како резултат на тоа рамнотежната стапка на невработеност е пониска во земји со пониски фрикции на совпаѓање.

Стапката на невработеност варира со бизнис циклусот. Стапките на невработеност се пониски во фазата на експанзија, а се повисоки во фазата на рецесија. Кога работиците стануваат попродуктивни, произведуваат поголем аутпут и бараат повисоки наемнини. Кривата на одредување на наемнините се поместува надесно. Претпријатијата исто така прават повисоки профити кога работниците се попродуктивни, така да кривата на понуда на работни места исто така се поместува нагоре. Во текот на бизнис циклусот, стапката на креирање на работни места V* ќе се движи под и над Бевериџ кривата.

Позитивен шок на продуктивноста врши пораст на односот на слободни работни места-невработеност така да економијата е лоцирана над Бевериџ кривата. Тогаш невработеноста опаѓа и економијата се враќа на бевериџ кривата. Слично, при негативен шок, односот слободни работни места-невработеност опаѓа и економијата се наоѓа под бевериџ кривата. Тогаш невработеноста расте постепено што ја враќа економијата повторно на стабилната состојба. Бевериџ кривата исто така може да се движи нагоре и надолу во текот на бизнис циклусот. Рецесиите се опишани како напнат период на реалокација на работниците и работните места. Едно објаснување за овој феномен е дека реалокацијата на работата е поефтина во време на рецесија заради пониските опортунитетни трошоци на затворање на работните места и погоните отколку за време на експанзија. [8]

Во динамична економија со несовршени информации и хетерогени типови на претпријатија и уште похетерогени типови на работници, нулта стапка на невработеност е крајно недостижна, но и непожелна цел. Одредена количина на недоброволна невработеност е неизбежна последица на промената на преференциите на потрошувачите, на промената на структурата на населението и технолошкиот напредок. Колку има доброволна, а колку недоброволна невработеност? Која стапка на невработеност одговара на нивото на полна вработеност? Долго пред Фридман и Фелпс да ја најават природната стапка на невработеност односно најниската толерантна стапка на невработеност која нема да ја забрза инфлацијата, носителите на економската политика се стремеа или како основна цел им беше постигнување на ниска невработеност. Она што се нарекува ниска стапка на невработеност се редефинираше низ декадите. Во раните шеесетти години стапка на невработеност од 4% беше и посакувана и остварлива цел. Со тек на време, стапката на невработеност одеше нагоре и во голем дел изнесуваше околу 7%. Денес може да се каже дека стапка на невработеност од 5-6% е посакувана цел на макроекономската политика. Два

[8] Stephen Nickell; Luca Nunziata; Wolfgang Ochel & Glenda Quintini: The Beveridge Curve, Unemployment and Wages in the OECD from the 1960s to the 1990s, ESRC Centre for Economic Performance (1995) стр.6-10

фактора одиграа важна улога за оваа промена: променетата структура на трудот, во која младата популација заземаше се поголем дел од количината на трудот и се поголемиот број на докази дека за постигнување на 4% стапка на невработеност инфлационата стапка ќе мора значително да порасне.

Обидите за намалување на оваа стапка на невработеност преку зголемување на агрегатната побарувачка само би предизвикале зголемување на постоечката стапка на инфлација. Токму заради тоа, оваа стапка на невработеност понекогаш се нарекува и рамнотежна или природна стапка на невработеност и се дефинира како стапка на невработеност при која не постои ниту вишок на понуда, ниту вишок на побарувачка за труд.

Заклучни согледувања

Бевериџ кривата даде нова и побогата рамка за размислување околу проблемот на невработеноста, рамка која се базира на приливот и одливот на работниците, совпаѓањето на работниците и работните места и преговарањето околу висината на наемнините.

Бевериџ кривата претставува графички приказ на релацијата помеѓу невработеноста и стапката на слободни работни места (бројот на непополнети места како пропорција од работната сила).

Сите пазари на труд не функционираат на ист начин, но во повеќето, наемнините се детерминирани преку процес на преговори помеѓу работниците и работодавачите. Резултатот од процесот на преговори зависи од две работи: од преговарачката моќ на секоја странка и од надворешните можности за секоја од нив. Странката со најголема моќ, работникот или претпријатието, е онаа која може да добие поголем дел од вишокот кој ќе произлезе од нивниот взаемен однос. Надворешните можности се под влијание на нерамнотежната состојба на пазарот на труд т.е. од бројот на слободни работни места и бројот на невработени.

Бројот на работни места кои ќе бидат отворени на пазарот на труд е детерминиран како функција на пазарната наемнина и трошоците за регрутирање.

Релацијата помеѓу залихата на невработени работници и залихата на слободни работни места спрема бројот на креирани работни места е т.н. функција на совпаѓање.

Ако економијата е стабилна состојба, каде бројот на креирани работни места е еднаков на бројот на деструкција на работните места и масата на невработени работници ќе остане непроменета. Во оваа стабилна состојба, стапката на невработеност ќе биде ниска ако креацијата на работните места е

поголема од деструкцијата на работните места под услов да постојат голем број на слободни работни места. Но ако бројот на слободни места е низок, стапката на невработеност ќе биде висока.

Претпоставките на Бевериџ кривата можат да се употребат при детерминирањето на рамнотежната стапка на невработеност која се менува под дејство на различните фрикции на пазарот на труд како што се: промената на продуктивноста на работниците, промената на преговарачката моќ на странките во процесот на преговори, трошоците за регрутирање, промената на економската политика или промена во институциите на пазарот на труд, бенефициите за невработеност, даноците на трудот итн.

THE BEVERIDGE CURVE IN ECONOMIC ANALYSIS OF THE LABOUR MARKET

Summary

The Beveridge curve enable more comprehensive framework about the problem of unemployment, based on the flow and outflow of the workers, the matching process of the workers and vacancy supply and negotiations about the wage level.

The Beveridge curve is graphical overview of the relation between the rate of unemployment and the rate of free vacancies (the number of unfulfilled vacancies as a proportion of the labour force).

The functioning of the labour markets is different, but there is one common rule: the wages are determinate in the process of negotiations between the employers and the workers. The result of this negotiation process depends on the negotiation power and outside opportunities of each parties.

The relationship between the stock of unemployed workers and the stock of free vacancies against the number of created vacancies is matching function.

If the economy is stabile, where the number of created vacancies is equal to the number of destructed vacancies, the stock of the unemployed will be unchanged. In this situation, the rate of unemployment will be low if the creation of the vacancies is bigger of the destruction of the vacancies under the term of large number of free vacancies. But, if the number of free vacancies is low, the rate of unemployment will be high.

The assumptions of the Beveridge curve can be used in formulations of the balanced rate of unemployment which changes under effects of different frictions of the labour market such as: the changes in workers productivity, the changes of the negotiation power of the parties in negotiation process, the costs of recruiting new workers, the changes in economic policy or changes in institutions of the labour market and the level of the labour taxes and the unemployment insurance.

Литература

1. Blanchard, J. Olivier & Katz, Lawrence: Wage Dynamics: Reconciling Theory and Evidence, NBER Working Paper 6924, Cambridge (1999)
2. Valleta, Rob: Job Matching: Evidence from the Beveridge Curve, Economic Research of FRBSF, San Francisco (2006)
3. Elsby W., Michael; Michaels, Ryan & Solan, Gary: The Ins and Outs of Cyclical Unemployment, NBER Working Paper No.12853 (2007)
4. Layard, Richard & Nickell, Stephen: Unemployment Macroeconomic Performance and the Labour Market, Oxford University Press, Oxford (1991)
5. McConnell R., Campbell & Brue L., Stanley: Suvremena ekonomija rada - trece izdanje (Prevod), Mate, Zagreb (1994)
6. Neumark, David & Wascher, William: Minimum Wages and Employment: A Review of Evidence from the New Milenium Wage Research, NBER Working Paper No.12663, Cambridge (2006)
7. Nickell, Stephen: Unemployment and Labour Market Rigidities: Europe Versus North America, NBER Working Paper No.6632, Cambridge (2001)
8. Nickell, Stephen; Nunziata, Luca; Ochel, Wolfgang & Quintini, Glenda: The Beveridge Curve, Unemployment and Wages in the OECD from the 1960s to the 1990s, ESRC Centre for Economic Performance (1995)
9. Rocheteau, Guillaume: Understanding Unemployment, Federal Reserve Bank of Cleveland, Research Department, Cleveland (2006)
10. Фити, Таки: Современите макроекономски концепции и економските политики, Економски факултет Скопје, УКИМ, Скопје (2001)

339.5(100)

Доц. д-р **Ристе ТЕМЈАНОВСКИ**[1]

ПРАВЦИ ВО СВЕТСКАТА ТРГОВИЈА: УЧЕСНИЦИ И ПОБЕДНИЦИ

Апстракт

Денес светскиот систем го сочинуваат повеќе од 190 земји. Тие се со различна распространетост, облик и големина. Често поставувано прашање претставува отвореноста на земјите денес: Колку е значајна меѓународната трговија на државите во светот? Кои земји тргуваат со други? Што е предмет на трговската размена? Тоа е само еден мал сегмент од сложената организација на системската структура во меѓународната економија.

Анализирајќи ги трговските модели во овој дел, ќе го покажеме моделот на увоз и извоз на добра кај индустријализираните земји. Воедно најголемата трговска размена се прави помеѓу индустријализираните земји.

Останува императивот да во поглед на националните трговски модели, земјите претендираат да тргуваат со своите соседи. Повеќе од очигледно е дека во ЕУ, две третини од земјите членки на ЕУ извезуваат во други земји членки на ЕУ, и во Северна Америка,каде Канада, САД и особено Мексико се главни пазари за секој меѓусебно.

Клучни зборови: *трговски модели, трговија, меѓународна економски односи, глобализација, либерализација*

Вовед

Економската моќ на одделни национални економии во светот, традиционално низ историјата се одредувала преку нивното учество во вкупната меѓународна трговска размена. Денес, во сферата на глобаланите

[1] Доц.д-р Ристе Темјановски, ЕУРМ: Факултет за економски науки,
Riste Temjanovski, PhD, EURM: Faculty of Economics
email: riste.temjanovski@eurm.edu.mk

случувања, сите држави учествуваат во меѓународната трговија. Се одвива немилосрдна борба помеѓу земјите на светската трговска арена. Само земјите кои успеваат да се издвојат со квалитет, иновативност и конкурентска цена успеваат да доминираат и да издвојат профит во меѓусебниот натпревар.

Светскиот трговски систем е најбројниот и најсложен регионален структурен организам. Различни производи и услуги произведени во секоја земја се продаваат ширум светот преку најразновидни економски агенти (индивидуални лица, фирми, влади) во други земји. Државите кои меѓусебно тргуваат во овој сложен систем се со различни големини, стопанска развиеност, политички и културен развој и природни ресурси. Има големи земји со голема населеност (Кина, Индија) и големи земји со мала населеност (Австралија, Канада). Има мали земји со голема населеност (Јапонија) и мали земји со мала населеност (Словенија, Македонија). Без разлика на нивната големина, како и да е, има одредени карактеристики кои се заеднички за сите. Во секоја, на пример, има економска активност. Добра и услуги се произведуваат, разменуваат и конзумираат. Некои производи и услуги произведени во рамки на една земја се продаваат на економски посредници (индивидуалци, фирми, влади) во други земји и овие производи се познати како извозни. Некои производи и услуги конзумирани во една земја се купени од економски агенти во други земји и овие добра се познати како увозни.

Состојби на светските трговски движења

Дали трговијата се проширила подеднакво за сите земји? Дали овие шеми се смениле со текот на времето? Денес никој не може да го оспори или пренебрегне значењето на надворешната трговија во индустриската, а со тоа и економска трансформација на САД, Јапонија, Тајван, Сингапур, Јужна Кореја и Западна Европа кое се одигрува последните децении. Во 2004 САД биле втор најголем извозник. Исто така биле и најголем светски увозник и имале светски најголем трговски дефицит. Во 2004, Јапонија имала втор најголем трговски суфицит, иако две децении претходно, во 1980 год., имала трговки дефицит. Во 2004, Јапонија била четврт најголем извозник, по Германија, САД и Кина. Меѓу најголемите извозници во 2004 бил следните држави: Франција, Холандија, Италија, Велика Британија, Канада и Белгија.

Не само што индустријализираните земји се најголемите извозници во светот, туку статистичките податоци даваат индикации и дека тие се и најголеми увозници. САД, Канада и ЕУ претставуваат примарни пазари за извоз на добра и услуги на сите региони.

Значителна карактеристика на сликата на растот е значајноста на Азија како извозно ориентиран регион. Вредноста на светскиот извоз била 56 пати повисока во 2004 отколку што била во 1965, но извозот на Азија во 2004 бил 131 пат поголем од оној во 1965 год. Уделот на азискиот извоз во тоталната светска трговија пораснал од 12% на 29% во последните 39 години. Како што е кажано претходно, земјите главно одговорни за феноменалниот раст биле Кина, Јапонија и новоиндустријализираните земји.

Додека Азија се развивала како важен производител и извозно ориентиран континент, Латинска Америка и Африка се нашле во еродирачка позиција во поглед на светскиот извоз. Делот на Латинска Америка во светскиот извоз опаднал од 7 на 5%. Делот на Африка паднал од 5% на околу 2%. Делот на северноамериканскиот извоз исто така паднал во овој период, од повеќе од 20% на околу 12%.

Анализите на светската трговија по земји покажуваат дека, САД е главен трговски партнер за повеќето земји. Ова ја рефлектира големината на американската економија и високите нивоа на приходи кои се сконцентрирани во Америка во однос на другите пазари. Второ, постои значајна поврзаност дека далечината игра важна улога во трговските шеми. Канада и САД претставуваат најголеми трговски партнери една за друга.

Велика Британија, Франција и Германија тргуваат значително меѓу себе и со западноевропските земји во целина. Мексико тргува главно со САД, Сингапур со земјите на Западниот Пацифик и Русија со земјите од Источна Европа.

Сумаризирајќи ги трговските шеми опишани во овој дел, се заклучува дека индустријализираните земји се учесници во најголемиот дел од светскиот увоз и извоз. Особено, најголем обем на трговска размена се јавува меѓу индустријализираните земји. Учеството на земјите од Азија во светскиот пазар се дуплирало во последните 30 години, а истовремено се втор најголем регион на извоз после ЕУ како и значаен потрошувач за извозниците од разните страни на светот.

Во услови на национални трговски шеми, земјите имаат тенденција ексклузивно да тргуваат со нивните соседи. Никаде тоа не е поизразено отколку во ЕУ, каде две третини од членките на ЕУ извезуваат во земји членки на ЕУ, и во Северна Америка, каде Канада, САД и посебно Мексико се главни пазари за нивните стоки (регионалната групација НАФТА). Особено ако се знае фактот дека, САД е значаен пазар за извозот на другите земји.

Трговските шеми на земјите опишани во овој дел беа ставени на емпириски тест од економистите по меѓународна трговија. Овие економисти употребуваат гравитациони модели за да се обидат да предвидат кои земји имаат тенденција да тргуваат со другите земји. Гравитациониот модел е статистички модел кој ги проценува трговските текови на една земја во

другите земји базиран на економските карактеристики на двата партнера. Основната претпоставка на гравитациониот модел е дека две земји тргуваат меѓу себе повеќе кога нивниот комбиниран БНП е поголем и географската далечина е помала. Тоа не треба да биде изненадување, со оглед на резултатите кажани во овој дел, дека економистите увиделе дека гравитациониот модел го објаснува трговскиот образец мошне реално.

Додека развиените земји имаат перманентно учество во структурата на светската трговија, други земји (особено земјите во транзиција) доживеале силен раст особено по 90-те години. Ова најмногу се однесува на земјите од ЦИЕ, вклучувајќи ги тука: Унгарија, Бугарија, Романија, Полска и Чешката и Словачката Република. Во последните 20 години овие земји постигнаа забележлива транзиција, како економски системи кои се потпирале на централното планирање на производството и државните компании се трансформирале и биле заменети со приватни фирми. Други земји со силен раст (со надминување на 6% годишно) во овој период се Коста Рика, Египет, Кина, но и Норвешка (како членка на ЕФТА), Грција и Ирска (како дел од семејството на ЕУ).

Отвореноста на земјите во трговската размена

Често поставувано прашање е што ја предизвикало оваа "експлозија" на светската трговија? Нема едноставен одговор на ова прашање. Еден фактор сигурно одиграл важна улога, а тоа е намалувањето или целосно отстранување на трговските бариери на меѓународната трговија која се јавила со ефектите на глобализацијата. Бариерите на трговијата вклучуваат транспортациони и комуникациони трошоци. Со подобрувања на технологијата во овие подрачја, како што се контејнерските бродови, супертанкерите и сателитските телекомуникациони мрежи, сега им е многу полесно на шпедитерските агенти или продавачите во една земја да контактираат со потрошувачите во друга и да испорачуваат добра до нив навремено.

Земјите во светот денеска се наоѓаат во една жестока борба за што поповолна положба во новата меѓународна поделба на работата која ја диктира современата научно-технолошка револуција. Резултатите од таа борба ја одредуваат вкупната позиција на секоја земја во светското стопанство на подолг временски период. Ова е важна компонента ако се има предвид нараснатата економска и технолошка меѓузависност во современиот свет. Повоениот раст на светската економија (сè до кризата во 70-те години) кој се одвивал без подлабоки потреси, поврзан е со либерализација на меѓународните економски односи, со брзиот пораст на обемот на меѓународната трговија и со многу поголема мобилност на производните фактори во националните и меѓународни рамки. Истовремено, поширокото отворање на националните економии кон

светскиот пазар и зголемената економска зависност, овозможиле таква состојба, да промените во еден дел од меѓународниот економски систем низ постојните стоковни, финансиски и технолошки канали, побрзо се трансферира и на останатите негови делови. Различните економски, политички и геостратешки позиции (во зависност и од општествено-економските системи на одделни земји), влијаеле последиците на тоа отворање за секоја земја да биде со различна динамика и големина.

За една земја би можело да се каже дека располага со успешен економски систем, кој овозможува такво вклучување на домашното стопанство во меѓународната поделба на работата и светскиот технолошки развој, ако има повратно позитивно влијание на општествено-економскиот развој, побрзо преструктуирање на економијата во согласност со барањата на модерните текови на светскиот прогрес.

Пристапот и дефинирањето на критериумот "отвореност" пред сè на активно-пасивното вклучување на земјите во меѓународната поделба на работата и современиот технолошки разој, побарува примена на соодветни показатели кои овозможуваат квантификација на овој критериум на успешност. Како најсоодветни показатели, се издвојуваат:[2]

- коефициент на вклучување во меѓународната поделба на работата (мерено според односот на стапката на раст на извоз и стапката на економски пораст, односно учеството на извозот во висината на општествениот производ);
- индекс на "вертикалното вклучување во меѓународната размена, со кој се одредува релативната концентрација помеѓу примарните производи и преработувачката индустрија во структурата на надворешнотрговската размена на една земја. Колку вредноста на индексот е поблиску до +1, со тоа повеќе некоја земја е во состојба да извезува производи од преработувачката индустрија, а увезува примарни производи, и обратно: вредноста на индексот е негативен во случај на извоз на примарни производи, а увезува производи од преработувачката индустрија;
- индекс којшто ја означува вредноста на надворешнотрговскиот партнер (индексот е 100, кога вкупниот извоз е сконцентриран на само еден надворешнотрговски партнер и обратно, индексот се приближува кон 0, со зголемување на бројот на надворешнотрговските партнери и со рамномерна распределба на вкупната вредност на извозот);

[2] Bajec J.: *Savremeni privredni sistemi: uvod u komparativno izučavanje.* Beograd: Ekonomski fakultet, 1991. str. 141-142.

- индекс којшто ја означува вредноста на извозот во однос на БДП (индексот е 200, кога извозот на една земја учествува двапати во однос на БДП).
- учеството на технолошки интензивните сектори во вкупниот извоз;
- односот на надворешнотрговската размена;
- показател на технолошката зависност (број на дозволи за патенти издадени на странските лица во однос на вкупниот број издадени дозволи);
- индекс на концентрација на странските инвестиции (учество на директните странски приватни инвестиции кои потекнуваат од главниот инвестиционен партнер);
- влез на странски капитал (учество во вредноста на основните фондови во рацете на странците во однос на вредноста на сите произведени фондови);
- одлив на капиталот (учество во вредноста на сите видови плаќања во странство според националниот доход).

Значењето на степенот на отвореност на земјите во светот[3] во меѓународната трговија се разликува значително. За овој приказ ќе биде претставена анализата за индексот на отвореност во 1980 и 2004 год.[4]

Во 1980 година според индексот на отвореност, најотворена земја од сите беше Сингапур, со вредност 215, што значи извозот на оваа земја беше повеќе од двапати од БДП. Останати високоотворени економии беа Хонг Конг (индекс на отвореност – 90), Конго (60), Малезија (58), Белгија (57), Холандија (51), Того (51), Јамајка (51), Панама (51) итн. Во оваа година (1980) како најзатворени земји се споменуваа Бразил (9), Кина (6) и САД (10). Овој модел на отвореност на земјите покажува дека поголемите економии (според површина на територија и население) се со позатворен тип, додека малите економии се со поотворен тип. Значи малите економии имаат тенденција да произведат повеќе типови производи отколку населението може да потроши, со што го насочуваат ова производство за извоз. Спротивно на нив, големите економии беа определени со производство на стоки и услуги претежно кон домашното население.

Периодот меѓу 1984-2004 претставува ера на релативен силен пораст во трговската размена и на степенот на отвореност, што секако се

[3] Индекс на отвореност. – Значајна мерка во меѓународната трговија за една економија, го пресметува односот на извозот со вкупното домашно производство.
[4] Husted, Steven; Melvin, Melvin: International Economics. Boston: Pearson, 2007. p.9-11

рефлектира и во стандардот на живеење. Но, за жал нископриходните економии останаа најзатворени според индексот на отвореност.

Како најотворени земји во 2004 година се издвојуваат Азиските тигри: Сингапур (172), Хонг Конг (146) и Малезија (108). Останати високоотворени економии се: Конго (105), Белгија (96), Словачка (79), Ирска (76), Чешка (71), Холандија (69), Унгарија (65) и Тајланд (62).

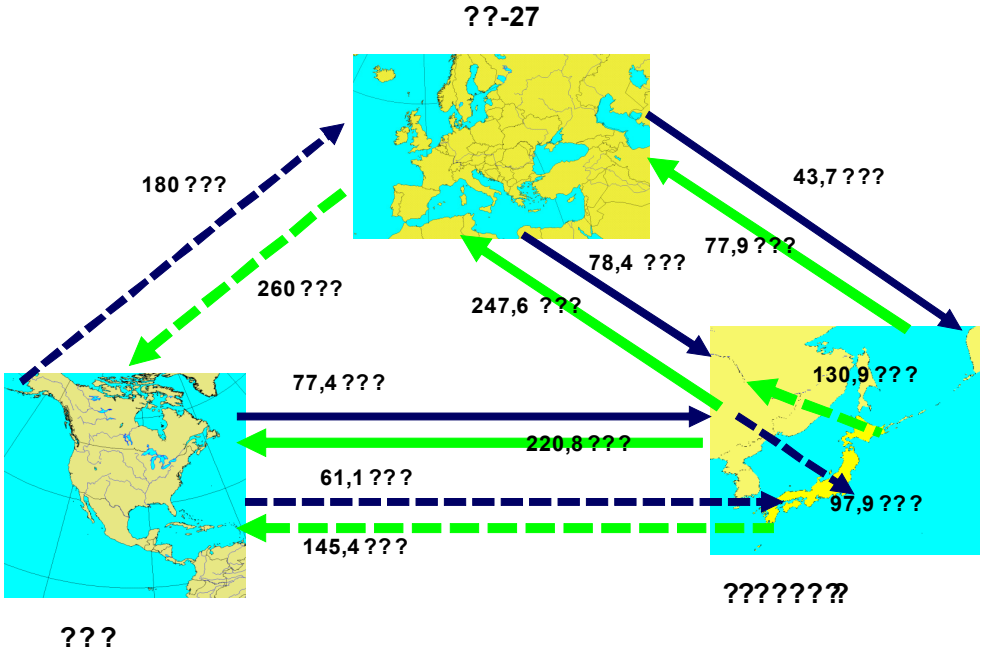
Што е со големите земји кои според индексот на отвореност во 1980 година беа на долното скалило. Аргентинскиот индекс на отвореност порасна од 5 на 24, Кина од 6 на 35, Гана од 8 на 35 и Мексико од 11 на 27. Спротивно на нив, Индија (11), Етиопија (8), Јапонија (12) и САД (7) останаа во групата на релативно затворени економии. Но, мора да се напомене дека САД и Јапонија и покрај фактот што според овој индикатор се вбројуваат во мошне затворени економии сепак според стапката на извоз во светски рамки тие се вбројуваат на второ, односно на четврто место во светот. За САД и Јапонија може да се каже дека продаваат огромни износи на стоки и услуги на светските пазари, нивниот извоз е релативно мал во однос на вкупната економска активност и според тоа добиваме показатели на степенот на отвореност на ниско ниво.

Правци на меѓународната трговија

Неспорно е дека меѓународната трговија е во постојан пораст. Но отворено се поставува прашањето дали ваквиот пораст е забележителен кај сите земји и каков е односот и билансот на тргување меѓу земјите? Кои земји се најприсутни во извозните активности, а кои се увозно зависни? За да можеме да го разјаснеме ова прашање ќе го погледнеме моделот за шесте најактивни трговски региони во свет (Stefen Husted, Michael Melvin[5]), кои вклучуваат и индустриски развиени земји (САД, Канада, ЕУ), земји во развој (Латинска Америка, Африка и Среден Исток), Азија претставена преку Кина, Индија, Пакистан, Индонезија, како и Азиските тигри (Јапонија, Хонг Конг, Јужна Кореја, Сингапур и Тајван).

[5] Husted, Stefen, Melvin, Michael : *International Economics.* Boston: Pearson: Addison Wesley, 2007. 11-17.

Табела 1: Трговска размена помеѓу трите водечките трговски сили во светот ЕУ, САД, Кина и Јапонија) во 2007 година, вредности во ***млрд (ЕУР, УСД)***



Извор: Обработени податоци од Eurostat - 2009, China's World Trade Statistics - 2009, USA Census statistics, 2009.

Податоците на обемот на трговска размена е претставен преку изборот на две временски серии, 1965 и 2004 година. Анализираните податоци покажуваат дека индустријализираните земји имаат огромен удел во трговската размена. Во 1965 година, САД Канада и ЕУ претставена преку 25 земји членки, произвеле 63% од светскиот извоз. Ако во оваа категорија го додадеме и извозот на Австралија, Јапонија и Нов Зеланд, индустриските земји учествувале со 70% од светскиот извоз во истата година. Во 2004 година извозот кај овие 30 земји е сведен на 61% од светскиот извоз.

Овие земји не само што предничат во учеството на извозот, туку се јавуваат и како најголеми увозници на стока и услуги. Според анализираните податоци за двете истражувани години (1965 и 2004 година) САД, Канада и ЕУ претставуваат примарни пазари за извоз на стока од целиот свет.

Забележливо е учеството на стоки од Азија, како производител и извозник. Вредноста на светскиот извоз беше за 56 пати поголема во 2004 година, од 1965, но извозот од Азија во 2004 година изнесуваше 131 пат со

поголеми вредности од 1965 година. Учеството на азискиот извоз во вкупната светска трговија е зголемено од 12% на 29% за 39 години. Земји предводнички во овој економски феномен за трговска извозна експлозија беа Кина и Азиските тигри. За кинеската економија најголем пазар претставува пазарот на стоки во САД. Во 2009 година биле извезени стоки и добра во вредност од 220,8 млрд УСД, а увезени 77,4 млрд УСД. Но и покрај експанзивната извозна политика што ја има кинеската економија, единствено дефицит во трговската размена остварува со Јапонија. Увозот на стоки од Јапонија изнесува 130,9 млрд УСД, додека извозот достигнува вредност од 97,9 млрд УСД.[6]

Додека Азија значително го зголеми значењето како производител и извозник, Латинска Америка се во постојана еродирана трговска активност. Извозот на стоки на Африка забележи намалување од 7% на 5%. Уделот на извозот на стоки кај земјите од овој континент опадна од 5% на 2%.

Од анализираните податоци се потврдува констатацијата дека развиените индустријализирани земји имаат најголемо учество во светската трговска размена и дека најголемо е учеството на трговската размена помеѓу индустриско развиените земји.

Во поглед на националните трговски модели, земјите имаат тенденција за интензивна трговска размена со своите соседи. Ова посебно е изразено во ЕУ, каде 2/3 од земјите на ЕУ извезуваат во некоја друга земја членка на ЕУ, и во Северна Америка, каде САД, Канада и Мексико (регионалната групација НАФТА влијаела во голема мера да се зголеми и интензивира трговската размена меѓу овие три земји), се главни пазари помеѓу се одвива интензивна трговска размена.[7]

Економската политика како регулатор на движењето на капиталот

Многу земји сеуште имаат задржано сериозни бариери за интернационалните движења на капиталот. И покрај тоа, финансиската либерализација во светот е тренд и во постојан континуитет. Трговските бариери вклучуваат владини ограничувања на трговијата, вклучувајќи тарифи и квоти на извозот и увозот. За време на последните 40 години, владите низ светот, особено кај високоиндустријализираните економии, влегле во серија на мултилатерални договори за намалување на владините трговски бариери. Некои од овие договори биле меѓу помали групи на земји,

[6] Извор: PRC General adiministration of Customs, China's Customs Statistics, http://www.uschina.org/statistics/tradetable.html

[7] Кикеркова И.: *Меѓународна економија*. Скопје: Економски факултет, 2003. 114-115.

како што е формирањето на Европската Унија (ЕУ) во 1957, која донесе виртуелна слободна трговија низ поголемиот дел на Европа. Други договори, како што се договорите на намалување на тарифите кои биле постигнати во Кенедиевата Рунда на преговори одржани во 1960, Токиската Рунда одржана во 1970 и Уругвајската Рунда на преговори во 1980 и раните 90-ти, биле за многу поширок сет на земји. Овие договори резултирале во три сукцесивни намалувања од над 40% на тарифните нивоа на повеќето индустријализирани земји.

Кај развиените земји со низок индекс на отвореност, честопати државните органи користат инструменти за контрола на капиталот со цел да го обесхрабрат излевањето, отколку да го охрабрат приливот. Ова се обично земји кои за загрижени за рамнотежа на платниот дефицит или за обезбедување на стабилноста на валутата. Сè до 1979 година Велика Британија имаше контрола на одлевањето на капиталот.

Франција и Италија беа двете големи западни земји што држеа ефективна контрола на капиталот во осумдесетите. И двете беа членки на Европскиот монетарен систем (EMS) и беа периодично загрозени со одлив на капиталот. Како последица на тоа имаа потешкотии да ги задржат нивните коминтенти да ги одржат нивните берзи во опсег од плус или минус 2,25% (6% во случај на Италија), наспроти строгите валути како Германската марка. Во тоа време Франција и Италија имаа можност од покачување на домашната стапка на каматата за да го задржат капиталот внатре во земјата. Како и да е, тие исто така сакаа да управуваат со некои мерки на независност во нивната монетарен поредок, што би било можно ако ставката на нивните камати е комплетно врзана со странската стапка на каматата. Ова беше нивен мотив за држење на контроли на одливот на капиталот. Франција ги затегна контролите на движење на капитал кога социјалистот Франсоа Митеран беше избран за председател во 1981 година. Тогаш многу резиденти побрзаа да ги изнесат нивните пари надвор од државата. Разликата помеѓу тримесечната вредност на каматата во Лондон и најспоредливата домашна вредност на каматата во Париз имаше висока варијабила (беше многу променлива). Повеќето од времето беше само 1 до 2% годишно. Очигледно, сите одливи во умерен квалитет беа возможни. Но пример, има техничка примена, во многу земји со контрола на капиталот, на водство и заостанување во кредитното тргување. Извозниците бараат побрза исплата за странски комитенти на берзата, а увозниците се обидуваат да го одложат плаќањето од берзата на нивните странски снадбувачи. Ако некој извозник или увозник успееше во промената на тајмингот на плаќањето како на пример за шест месеци, ова ќе кореспондираше со шест месечен одлив на капиталот. Ваков друг историден пример беше евидентиран во Италија. После тоа, либерализацијата стана многу популарна. После 1986 година Франција и Италија ги растурија нивните контроли на капиталот. Во 1990

година практично сите индустриски земји ги отворија нивните финансиски пазари.

Промени во даночната политика за стимулирање на извозот

Даночните реформи имаат важен ефект врз интернационалниот проток на капиталот. Приходот на земјите од данок може да има ефект на одлуките на интернационалните инвеститори што се однесува на тоа каде да ги вложат нивните пари. Изговорот дека граѓаните на една земја се оданочуваат на повисока стапка од другите не е неопходно да направи стимул за портфолио на протекот на капиталот, претпоставувајќи дека секоја група на граѓани е оданочена на иста ставка на странските каматни заработувања, како на домашните заработувачи. Инвеститорите некогаш ги избегнуваат даноците со чување на нивните пари во даночни засолништа, како Карибите или на друго место. Во овие земји државната даночна политика влијае врз покачување (растење) на протокот на капитал. Соединетите Американски Држави, своевремено, служеа како зеден вид асолниште за инвеститорите кои бараа да ги избегнат даноците или да бидат подложени на поголема контрола, или дури и за конфискација во нивните сопствени држави. Многу Латиноамериканци своето богатство бараат да го трансферираат во други дестинации,на пример Мајами. Високите корпоративни даноци, во спротивност со персоналните приходни даноци, можат да го индуцираат, да го поттикнат протекот на капиталот. Овие ги обесхрабрува земјите да ги хармонизираат корпоративните стапки на даноците.

Стоковнопазарните учесници во Германија, Швајцарија и Јапонија плаќаат данок на секоја трансакција. Власта во овие земји е под некој притисок да ги ги оттргне овие повратни даноци, така што Франкфурт, Цирих и Токио да не го изгубат бизнисот кон другите финансиски центри. Со респект кон даноците, трендот на исчезнување води кон зголемување на интернационалната мобилност на капиталот.

Либерализација на тргувањето во финансиските услуги и директни инвестиции

Либерализацијата претставува значаен феномен кој ги отстрани цариниte, субвенциите, квотите и другите бариери во тргување со стоките. Покрај тоа, за примена на либерализација, основни аргументи за успешна политика се и ветувањата и примената на реципрочна редукција на увозните

бариери од страна на партнерите што тргуваат како во сукцесивни мултилатерални корпорации. Соединетите Американски Држави формално предложуваат таквото тргување во услугите, заедно со тргувањето на стоки да се вклучи во трговската либерализација во 1986 година. САД примарно беа заинтересирани за осигурувањето, банкарството, и другите финансиски и информациски услови. Како либералицацијата на контролата на капиталот станува пораспостранета, така ќе се унапреди и можноста за унапредување и заем помеѓу државите.

Бариерите за СДИ во фабриките и опремата се општи. Некои држави поставуваат услови на секоја СДИ како за домашна содржина на законодавството што им забранува на таквите фабрики да увезуваат несразмерно со дадената вредност на финалните производи на пример: во форма на автоделови што се само за монтирање во домашната земја.

Таквите издавања некогаш се важни во САД. Американците почнаа да покажуваат политичка чувствителност за привлекување СДИ. Со одредбите во 1988 (Omnibus Trade Bill), Претседателот на САД ги блокира СДИ од безбедносни причини за националната економија. Американските политичари ги блокираа обидите на кинеските нафтени компании да ги купуваат американските нафтени компании во 2005 година, и од компаниите во Дубаи да купуваат американски пристанишни објекти во 2006 година. Навистина, директните странски инвестиции, можат да бидат прекинати во секое време. Во исто време, Американците почнаа да тргуваат надвор од СДИ, исто така добро. Навистина, многу американски СДИ одат во држави со висока плата отколку во државите со ниска плата. Но, мултилатералните обиди за преговарање за редукција на интернационалните бариери во СДИ, направија мал прогрес.[8]

Оптимален ред во либерализацијата

Едно важно практично прашање што произлегува од обврзувачката програма за либерализација, за осигурување е *оптимален ред во либерализацијата*. Дали либерализацијата на интернационалниот капитал ќе продолжи побрзо или побавно од либерализацијата на домашните пазари? Како либерализација во трговската размена ќе се однесува во услови на глобална финансиска криза која што се случува во последните неколку години? Во теоријата, оптимално е да се отстранат сите изобличувања (извртување на вистината) веднаш, но оваа стратегија е ретко практикувана. Прашањето беше разгледувано во доцните седумдесетти, кога неколку

[8] Caves, E. R.; Frankel, A. J.; Jones, W. R.: *World trade and payments: an introduction.* Boston: Pearson: Addison Wesley, 2007. 419.

држави на југот на Латинска Америка се приклучија кон плановите за либерализација. Потоа, оптималниот поредок во либерализацијата повторно стана ургентно прашање во контекст на плановите за економски реформи во Источна Европа во деведесеттите. Имаше согласност либерализација на интернационалниот капитал да се појави подоцна. Аргумент за тоа е ако интернационалните контроли се отстранети прерано, голем протек на капитал може да се случи како реакција на погрешен стимул. На пример, либерализацијата во Чиле резултираше со голем трговски дефицит финансиран од големиот раст во позајмувањето, оставајќи ја државата со нерасчистен долг во осумдесетите.

Развиените индустриски земји ги вовлекуваат во орбитата на потребите на својот развој сите останати земји во светот кои, повеќе или помалку, успешно функционираат низ односот на зависност како доминирачка карактеристика на меѓународните економски односи. Во текот на претходните децении, во време на промена на фазите на полет и рецесија, под влијание на економски, политички и технолошки движечки сили, создадени се такви односи во светското стопанство кои ќе ги одредуваат генералните правци, суштина и ефекти на идните економски и политички движења во светот.

Не е доволно да се критикува процесот на глобализација како еден непосакуван процес, иако е јасно дека глобализацијата остава "скршени луѓе", семејства, заедници уште во процесот на нивното "*будење*".[9] Иако хуманоста ги поседува најсовршените технолошки достигнувања, сепак не успеала преку своите механизми да обезбеди доволно контрола врз протекот на капитал ширум светот. Одржливиот развој се чини останува осамен во процесот на израмнување на грубите социјални и просторно развојни облици, предизвикани од неконтролираното натпреварување меѓу земјите.

Заради ова, либерализацијата во светските текови од една страна да го има предвид зголемувањето на ефикасноста на националното стопанство, а од друга страна да не дозволи целосно задушување на домашните ентитети од странската конкуренција. Од правилно избраниот баланс меѓу либерализацијата и оставањето доволен простор за развој на домашните стопански услужни субјекти и нивно вклучување во меѓународната размена, ќе зависат идните перспективи за развој на македонското стопанство.

Во областа на економските системи, секоја земја ќе мора да се унифицира и да се проспособи со другите; макроекономската политика и

[9] Jobes C. Patrick: *Globalisation and Regional renewal revisted*. "Australian Journal of Social Issues". Vol. 38(2003). p.78.

регулатива ќе треба да се адаптираат, а и стопанската практика на компаниите ќе мора да се интегрира во процесите на глобализацијата.

Заклучок

Како основни карактеристики на светската трговија од досегашните податоци се издвојуваат следните определници:

1. Меѓународната трговија е значаен и растечки дел од светската економска активност. Во последните четири децении меѓународната трговија се проширила за повеќе од 2000% во смисла на волумен.
2. Индустријализираните земји се главни учесници во светската трговија денес. Тие учествуваат повеќе од 60% од целокупниот светски извоз. Голем дел од нивната трговија е меѓусебна. Тие исто така се најголемите пазари за производите на земјите во развој.
3. САД се најголем поединечен учесник во меѓународната трговија (мерено по сума на увоз и извоз). Тие се најголем трговски партнер на многу други земји во светот.
4. Повеќето од земјите имаат тенденција поизразено да тргуваат со своите соседи.
5. Иако автомобилите се на второ место во светскиот извоз (во смисла на вредност), најмногу од добрата кои влегуваат во меѓународната трговија се: агрокултурните растенија, суровините, полусуровините или капиталните добра.

THE DIRECTION OF INTERNATIONAL TRADE: PARTICIPANT AND WINNERS

Summary

There are more than 190 countries in the world systems today. They come in all dispositions, shapes and sizes. The often question whish are opened today are: How important is international trade to the nations of the world? Whish countries trade with whish other countries? What goods do countries trade. This is one small segment of complex organization and systems structure of International economics.

Summarized the trade patterns described in this section, we have shown that industrialized countries account for the bulk of word exports and word imports. In particular, the largest amount of trade occurs between industrialized countries.

In terms of national trading patterns, countries tend to trade extensively with their neighbors. Nowhere is this more apparent than in EU, where two-thirds of EU member's exports go to other EU countries, and North America, where Canada, the USA and particularity Mexico are major markets for each other's goods.

***Key words**: trading pattern, trade, International economics relations, globalization, liberalization*

Литература

1. **Bajec J.:** *Savremeni privredni sistemi: uvod u komparativno izucavanje.* Beograd: Ekonomski fakultet, 1991. str. 141-142.
2. EUROSTAT,
3. **Frederick, P.S.; Warf, B.:** T*he World Economy: Resources, Location, Trade and Development.* New Jersey: Pearson: Prentice Hall, 2005.
4. **Завод за статистика на Република Македонија:** *Статистички годишник на Република Македонија=Statistical Yarbook of the Republic of Macedonia.* Скопје: Завод за статистика, 1995-2009.
5. **Jobes C. Patrick:** *Globalisation and Regional renewal revisted*. "Australian Journal of Social Issues". Vol. 38(2003).
6. **Кикеркова И.:** *Меѓународна економија*. Скопје: Економски факултет, 2003. 114-115
7. **Organizasiot for Economic Cooperation and Development. 1996.** *OECD in Figures: Statistics on the Member Countries*. Paris, France: OECD Publications Service.
8. **PRC General adiministration of Customs**, China's Customs Statistics,
9. **Caves, E. R.; Frankel, A. J.; Jones, W. R.:** *World trade and payments: an introduction*. Boston: Pearson: Addison Wesley, 2007.
10. **Темјановски Р.(2005):** *Транспортниот систем во Република Македонија и европските стопански тековi*. Скопје: Економски факултет (Докторска дисертација), 2005.
11. **Husted Stephen, Melvin Michael (2007):** *An Introduction to international Trade.* :International Economics 2007, Pearsow, Boston,New York.

12. **World Bank.:***World Development Report 2008*: Inrastructure for Development. New York, NY: Oxford University Press.2009
13. **World Bank :***World Development Report 2008*: From Plan to Market. New York, NY: Oxford University Press.2009

Интернет извори:

http://www.eubusiness.com/topics/trade

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/external_trade/introduction

http://www.uschina.org/statistics/tradetable.html

005.73

М-р **Елизабета СТАМЕВСКА**[1]

ДЕФИНИРАЊЕ, НАСТАНОК И ЗНАЧЕЊЕ НА КОРПОРАТИВНАТА КУЛТУРА ВО ОРГАНИЗАЦИЈАТА

Апстракт

Корпоративната култура е еден од оние мистични менаџерски поими, тешко мерливи, но видливи, во секоја организација, без разлика на нејзината големина. Тоа се ставови, вредности, верувања, норми, пишани и непишани правила, симболи и митови. Таа опфаќа широк опус на прашања, кои се од интерес за организацијата, а од неа произлегува и значењето на деловното дејствување на вработените.

Мошне силни се верувањата дека зад успешна организација секогаш во заднината стои и култура со определен квантум на квалитети, кои придонесуваат за организациското ниво и развој. Всушност, корпоративната култура за организацијата е исто она што личноста претставува за индивидуата.

Клучни зборови: *корпоративна култура, дефинирање, настанок, значење, организација*

Вовед

Културата е круцијалниот фактор кој јасно го дистанцира човекот од животинскиот свет и и дава специфичен колорит на човековата цивилизација. Стекнувањето на хуманите карактеристики на човековото суштество е непосредно поврзано со појавата и развојот на културата. Во моментот кога културните елементи се појавуваат во општеството, културата станува постојан придружник и услов на човековото хумано опстојување. Во текот на сопствената еволуција културата се збогатува со низа компоненти, кои ја сочинуваат нејзината целина и комплексност, добива свои карактеристики и специфики, кои ги диференцираат одделните култури меѓу себе, но задржува и низа елементи, кои се заеднички за сите .

[1] Генерален секретар на ЕУРМ

Корпоративната култура, како сегмент на културата, воопшто, е збир на вредности, верувања и очекувања применети при донесувањето одлуки од менаџерите и вработените во организацијата. Таа е релативно современ додаток на организациското однесување, заради што и базата на истражување не е во доволна мера исцрпена.

1. ДЕФИНИРАЊЕ НА КОРПОРАТИВНАТА КУЛТУРА

Зборот култура има латинско потекло и означува ,,збир на материјални и духовни вредности, кои ги створил човекот во својата општествено – историска пракса, со цел да се совладаат природните сили на развој на производството и решавање на општествените задачи, воопшто.“[2]

Културата[3] е интерактивна состојба на заедничките карактеристики од групното влијание врз окружувањето. Култура може да биде и достигнувањето во степенот на регулирање на нашето однесување, достигнувањата на луѓето воопшто, нивните вредности, стилот на живеење и степенот на толеранција на другите култури[4].

Сепак, поврзувајќи го со организацијата, зборот култура е релативно стар термин. За прв пат го употребил антропологот Б. Тејлор, во 1871 година и означувал комплексна целина која во себе ги вклучува знаењето, вербата, уметноста, моралот, законот, обичаите и други способности кои поединецот ги добива од општеството. Подоцна, истражувачите на менаџментот во осумдесеттите години на минатиот век овој концепт го позајмиле[5] и го интегрирале во функција на организацискатa ефикасност. Со цел да го адаптираат теоретичарите изградиле два поими, со исто значење : корпоративна и организациска култура.

Корпоративната култура може да се дефинира како систем на претпоставки, вредности и норми на однесување, кои членовите на организацијата ги развиле и усвоиле преку заедничкото искуство, манифестирани преку симболите, кои ги насочуваат нивните сфаќања и однесување.

Проучувањата на културата во организацијата се карактеризираат со неконзистентни дефиниции и различни методологии. За корпоративната култура може да се рече дека е како личноста на индивидуата – невидлива, но присутна. Таа обезбедува начин, насока и основа за акција.

[2] Enciklopedija leksikografskog zavoda, JLZ,Zagreb, 1967, 3tom, str.693
[3] Hofstede, Geert, 1980
[4] Tse,D.,Lee, K. Vertinsky, I , 1988
[5] Petkovic, Mirjana, Janicijevic, Nebojsa, Bogicevic, Biljana, 2003

Корпоративната култура е дефинирана на различни начини и тоа како:

1. Колективно програмирање на умот[6].
2. Збир на верувања, очекувања, стекнати и вложени вредности од страна на членовите на организацијата и пренесени од една генерација вработени на друга[7].
3. Збир на симболи, церемонии и митови што комуницираат со потенцираните вредности и убедувања на организацијата кон нејзините вработени[8].
4. Вложени верувања, вредности, јазик и симболи на вработените во рамките на организацијата[9].
5. Вложени вредности, верувања, очекувања и норми стекнати за време кога се станува дел од организацијата или пак преку работа во организацијата со текот на времето[10].

Со цел подобро да се разбере корпоративната култура важно е да се анализираат и елементите на дефинициите за неа. Во литературата се спомнуваат следниве елементи:

1. Содржина

Корпоративната култура претставува своевиден мозаик, во кој се содржани делови на когнитивниот склоп на членовите на организацијата: претпоставки, верувања, вредности. Покрај когнитивните таа е составена и од симболички елементи, како што се јазикот, начинот на однесување итн., кои чинат една комплексна целина.

2. Социјален карактер

Една од битните карактеристики на корпоративната култура е нејзиниот социјален карактер. Како социјална категорија таа постои и се развива во рамките на социјалните групи (организации, слоеви, професии, нации) и сл.

[6] Hofstede, Geert, 1980 p.7
[7] Hunger J. David, Wheelen L. Tomas,1996 p123
[8] Ouchi G.William,1981
[9] Daft, L.Richard, Steers M. Richard, 1986 p. 426
[10] Pearce, John. Robinson, Richard Jr,1985 pp 341-342

3. Ефекти

Корпоративната култура создава атмосфера во која се насочува и определува свеста и реакциите на луѓето, како и нивното однесување во организацијата, кое во голема мера има меѓусебни сличности.

4. Начин на настанување

Корпоративната култура се создава и опстојува низ социјалното делување, меѓусебната интеракција, взаемната рефлексија и заедничкото искуство на вработените во текот на работењето во организацијата.

2. НАСТАНОК НА КОРПОРАТИВНАТА КУЛТУРА

Корпоративната култура настанува како резултат на интеракцијата меѓу вработените и заедничкото решавање на задачите во една организација. Всушност, таа се раѓа во процесот на решавање на проблемите на екстерна адаптација и интерна интеграција на организацијата.

Екстерната адаптација го подразбира напорот на организацијата да си го најде своето место во опкружувањето. Интерната интеграција, пак, се однесува на дефинирањето на правила и принципи, кои ќе се движат во насока на балансирање на односите на вработените во самата организација. Во тој контекст, организациите донесуваат одредени решенија, кои ја создаваат нивната сопствена култура.

Еднаш создадената корпоративна култура не значи дека не подлежи на промени. Напротив, постојано треба да се тежнее таа да се развие и да се постигнат подобри резултати. Затоа, потребно е да се користат стратегии за нејзина промена.

Постојат две базични стратегии за промена на корпоративната култура, и тоа: директна и индиректна.

1. Директната стратегија е позната и како стратегија на директна индоктринација. Таа се состои во директно влијание врз верувањата, ставовите и усвоените вредности на вработените во организацијата, што имплицира промена на постоечката култура.

2. Индиректна стратегија, која се нарекува и „когнитивна дисонанса“ е стратегија во која од страна на вработените најпрво се прифаќаат новите начини на однесување, а потоа се менуваат нивните ставови, верувања и вредности. Притоа, како средства за управување со механизмите на оваа стратегија се користат и организациската структура, организациските системи, управувањето со човечките ресурси итн.

2. ЗНАЧЕЊЕ НА КОРПОРАТИВНАТА КУЛТУРА

Културата укажува на вредностите кои вработените треба да ги прифатат, за да се однесуваат компатибилно со зацртаните цели на организацијата. Таа влијае на начинот на кој вработените и менаџерите им приоѓаат и ги решаваат проблемите, реагираат на конкурентите, ги управуваат активностите, соработуваат во социјалното опкружување и сл.

Секоја организација има сопствена историја, свој специфичен однос кон работењето и менаџирањето на активностите, менаџерски стилови, начини на комуникација, карактеристични интерни и екстерни релации. Оттука, секоја организација се одликува и со своја уникатна култура, атмосфера и персоналност.

Според видот на културата организациите може да ги опсервираме како организации со слаба и организации со силна култура[11].

За **слабата култура** карактеристичен е недостатокот на повисоко чувство на одговорност за целта на организацијата, кај поголем број од вработените, а нивната перцепција во однос на извршувањето на работните задачи се сведува само на можност да се дојде до пари. Во организацијата со слаба култура, отсуството на идентитет и работна клима без мотивација, создава значајна конфузија кај вработените и непотребно вложен напор.

Силната култура е моќно средство за моделирање на однесувањето на вработените, во насока на поддршка на стратегијата[12].

Вработените во организациите со силна култура добро знаат што се очекува од нив и своето однесување го сообразуваат согласно очекувањата на организацијата и претпоставените. Силната култура ја претвора работата во начин на живот, обезбедува структура, стандарди, вредносни системи и атмосфера во која вработените се чувствуваат подобро. Како резултат на ова, тие имаат развиено чувство на припадност кон организацијата и идентификувајќи се со неа повеќе се ангажираат во работата и ја поттикнуваат нејзината успешност.

Иако, влијанието на културата врз успехот на организацијата сè уште не е во доволна мера истражено, сепак таа има големо значење, кое посебно се рефлектира во следното:

1. **Корпоративната култура се јавува како силен фактор во донесувањето стратешки одлуки.**

Стратешките одлуки во една организација, во најголем дел, се создаваат врз база на верувањата и претпоставките на оние кои што одлучуваат.

[11] Robons P. Stephen, Coultar, Mary,1996 p.82
[12] Tomas A. Athur, Jr, Strickland A. J.1992

Всушност, носителите на одлуки, а тоа се најчесто менаџерите поставени на врвот од организацискатa хиерархија, при донесувањето на одредени важни одлуки и стратегии, најчесто поаѓаат од ставовите и вредностите кои се израз на културата во организацијата. Притоа, хомогеноста на културата е поставена во право пропорционален однос со влијанието и изразот на одлуките;

2. Корпоративната култура претставува значајна детерминанта на способноста за прилагодување на организацијата .

Успешните компаниите, не случајно се такви. Системот на вредности кај нив е дефиниран во насока на постојана адаптација на промените и изграден е во функција на организацискатa мобилност. Но исто така, доколку културата во организацијата е силна, строга и нефлексибилна, тоа може да доведе до не - воочување на потребата од промени и нивно блокирање, а промените се еден од предусловите за напредокот.

3. Корпоративната култура е координативен механизам во организацијата.

Кога во една организација постои изграден систем на вредности, кој е почитуван од мнозинството на вработените, тоа создава атмосфера, која придонесува за полесно меѓусебно разбирање на луѓето и не - конфликтна комуникација. Силната и единствена корпоративна култура значително го олеснува и забрзува процесот на координација на вработените, па затоа во голема мера може да ги замени формалните механизми на координација во организацијата, како што се на пример напишаните процедури.

4. Корпоративната култура може да биде ефикасен механизам на контрола на однесувањето на вработените.

Дефинирањето на определени културни вредности и нивното прифаќање од мнозинството во организацијата, значи и контрола на однесувањето на вработените. Со самиот чин на создавање на правила кои се почитуваат и прифаќаат, се создава и нерепресиран систем на контрола, односно самоконтрола која доаѓа од самите вработени. Ваквата корпоративна култура најчесто е посилен, а истовремено и оддржлив механизам на контрола, во однос на формалните прописи и правила во организацијата.

5. Корпоративната култура - регулатор на конфликтите.

Во организациско опкружување каде што има силна референтна рамка и востановени верувања и вредности, културата е насочена во функција на кохезијата на организацијата. Така, во работата на поединците се намалува пренагласениот индивидуализам, се надминуваат разликите, а конфликтите меѓу вработените се сведуваат на минимум.

1. Корпоративната култура како фактор за мотивација.

Успешната организација со силна култура претставува предизвик и мотивација за амбициозните луѓе, да се поистоветат со неа. Желбата да се биде дел од таквото опкружување, да се почувствува и сподели успехот, силно ги поттикнува индивидуите да се прилагодат и да го хармонизираат своето поведение со мнозинството. Тоа доведува до развивање на нивното чувство за припадност, како и јакнење на културата и организацијата, воопшто.

Корпоративната култура во организацијата секогаш треба да е насочена кон остварување на конкурентска предност. За да обезбеди трајна конкурентска предност, корпоративната култура мора да исполнува определени критериуми, и тоа да биде:

- вредна,

- ретка и

-невозможна за имитирање.

Иако, повеќето организации достигнуваат вредност и реткост на културата, многу е тешко да се создаде онаква култура која што не може да биде имитирана, а тоа подразбира да се направи повеќе од она што другите се спремни да го направат.

Заклучок

Луѓето стекнуваат верувања, воспоставуваат закони и обичаи, креираат своја култура, внатре во организациите каде што работат и делуваат, осмислувајќи го својот живот и давајќи му хумана димензија.

Корпоративната култура е мошне важен сегмент во работењето на организациите. Таа е основен дел на формалната и неформална социјализација на секој нов вработен. Всушност, се работи за создавање припадност на секој поединец, низ визија стратегија и јасно поставени цели во организацијата.

Културата е во непосредна спрега и интеракција со организацијата и честопати се јавува како една од детерминантите на организациското напредување.

Корпоративната култура (Јанакиевиќ, 1997) може да биде фактор на успехот или така наречена „тајна формула'' но не ретко се јавува и како „тивок убиец„ во зависност од тоа дали таа соодветствува или не, на состојбата на организацијата. Затоа, често се споредува со кредибилитетот – тешко се создава, но многу лесно се разорува.

Битна карактеристика на организацискатa култура е дека долго се создава, а останува и после заминувањето на нејзините творци од организацијата.

Менаџерите кои што сакаат да го одржат успехот на компанијата, треба да бидат подготвени да се носат со предизвикот на новите промени и мораат да прифатат култура и модел на однесување, кои се компатибилни на времето и посебностите што доаѓаат.

Abstract

Corporate culture is one of the more mystical menagerial terms, visible, yet difficult to assess, that are part of any organization, whether large or small. These terms encompass views, values, beliefs, norms, written and unwritten rules, symbols and myths. Corporate culture includes a wide range of issues relevant to the organization and it is vital to the importance of employees' business performance.

It is a widely believed fact that behind each successful organization there is a high quality culture crucial to the organization's reputation and progress. In fact, corporate culture is to the organization what personhood is to the individual.

Key words: corporate culture, defining, origin, meaning, organization

Литература

1. Baker, L. Edwin: Managing Organizational Culture, Menagement Review, vol.69, No.7, july1980, p.13
2. Daft, L.Richard, Steers M. Richard,: „Organizations": A Micro/Makro Approach„ Scott Foresman and Company, Glenview, Illinois, 1986, p.426
3. Deal, T,E and Kennedy A,A,: Corporate Cultures: „The rites and realities" Macimilian, Basingstok, 1995
4. Дракулевски, Љубомир: „Лидерство" Економски факултет- Скопје, 1999
5. Hofstede, Geert: „Culture,s Consequences" Beverly Hills, California, Sage Publications,1980
6. Hofstede, Geert: „Culture,s Consequences :International Differences in Work" - related values, Beverly Hills, California, 1980, p.7
7. Hunger J. David, Wheelen L. Tomas,: „Strategic Menagement" Addison Wesley Publishing Company Reading, Massachusetts, 1996, p123

8. Kreitner, Robert; Kinicki, Angelo: „Organizational Behavior“ IRWIN, Homewood, Illinois ,1997, pp 709-710
9. Ouchi G.William,Theory Z.: „How AmericaN Business Can Meet the Japanese Challenge“ Avon Books , New York, 1981
10. Pearce, John. Robinson, Richard Jr: „Strategic Menagement: Strategy Formulation and implementation“ Richard D Irvin, Inc., Homewood, Illinois, 1985, pp 341-342
11. Robons P. Stephen, Coultar, Mary: „Menagement“ Prentice Hall, International, London, 1996, p.82
12. Shein. E: „Organizational Culture and Leadership“ Jossey- Bass, San Francisko,1985
13. Тодоров, Тодор: „Менаџмент и менаџери“ Скопје 2007
14. Martin, J :„Can organizational cuiture be menaged?“ Sage, Beverli Hills, California
15. Tse,D., Lee, K. Vertinsky, I: „Does Culture Matter“ J. of Marketing, 52, 1988
16. Tomas A. Athur, Jr, Strickland A. J.: „Strategic Menagement„ Concepts and Cases, IRWIN, Homewood, Illinois, 1992
17. Tunstall, W Brooke:„Cultural Transition at AT&T“ Sloan Menagement Review, vol.25, No. 1, Fall 1983 p. 22-25

336.226.4(4-627ЕУ)

Асс. М-р **Емилија БАШЕСКА,**
Помлад асс. **Ивана СТОЈЧЕСКА**

ТРЕНДОВИ НА ОДАНОЧУВАЊЕ ВО ОКРУЖУВАЊЕТО

Апстракт

Даноците на животна средина заслужуваат внимателен поглед. Напорот на оданочувачите кон намалување на енергетската потрошувачка се чини успева барем во ЕУ- 15. Ова може да се оправда со поголемите напори кои се прават насекаде, на пример во трговијата со енергетски добра и со фактот дека цената на енергенсите порасна значително. Конечно, широка дивергенција на данокот по единица енергија, го покренува прашањето на разноликост помеѓу земјите членки на ЕУ кои партиципираат во самиот надворешен пазар но имаат нееднакви индустриски структури и климатски услови

Клучни зборови: *даноци, оданочување, имплицитна стапка на оданочување, приходи од оданочување, трендови во оданочувањето, енергија, животна средина, окружување.*

Вовед

Даноците на окружувањето можат да бидат поделени во 4 категории (енергија, транспорт, загадување и ресурси). Даноците на енергијата се најзначајни, претставувајќи околу три четвртини од приходот од оданочувањето на окружувањето како и една петнаесеттина од целокупните даноци и социјални придонеси. Во ЕУ-27, даноците на транспорт се во просек помалку од една четвртина од целокупните приходи од оданочување на окружувањето и 1,5% од целокупните даноци и социјални придонеси. Преостанатите две категории, такси на загадување и такси на ресурси, забележуваат пораст во маргинален износ, и тоа тие две категории прават заедно 4.6% од целокупните даноци на окружувањето.

Трендови на оданочување во окружувањето

1.Развој и структура на приходот

Реформите во оданочувањето на окружувањето започнуваат во 1990 година. Основната идеја беше да се оданочат оние добра и активности кои би влијаеле на окружувањето. Со издавањето на трудот на **Jacques Delors-White Paper on Growth, Competitivness and Employment, во 1993 година,** идејата за таква фискална реформа стана политички атрактивна бидејќи нудеше средства со кои би се промовирал симултаниот пораст како и заштита на работното окружување, како и „остварување на дупла дивиденда". Исто така требаше да се преземат мерки со кои би се заштитиле производителите од негативното влијание на конкуренцијата кое произлегува од порастот на трошоците на инпутот, а најмногу на енергијата.

Надокнадата на порастот на трошоците преку различна редукција на даноците и шеми на отплаќање, станува една од клучните карактеристики на т.н. „зелена" реформа на данокот која што ја употребуваат повеќето земји членки на ЕУ во последнива декада. Меѓу другите, Данска, Германија, Холандија, Шведска, Финска и Англија употребуваат елементи на фискални реформи. И некои нови земји членки на ЕУ се прилагодуваат на овој модел. Такви е на пример Словенија каде данокот на CO2 се додава на сите енергетски продукти почнувајќи од 1997 година. Во Естонија порастот на потрошокот на енергетските продукти е значаен во текот на последнава декада, а исто така се користи и за финансирање на позначајните скратувања на данокот на персонален доход во последниве години. Чешка лансира нова реформа во оданочувањето на окружувањето во 2008 година. Значајно е да се каже дека приходот од оданочувањето на окружувањето не забележува некаков значаен пораст во последниве години во земјите членки на ЕУ. Во 2006-та, приходите од таксите на окружувањето во ЕУ-27 се пресметани на 2.6% од БДП и на 6.4% од целокупните приходи. Споредено со 1980 година, кога таксите на окружувањето биле 0.5% од БДП, може да се забележи значителен пораст. Како и да е, во ЕУ-15, најзначајниот пораст беше забележан во периодот помеѓу 1990 и 1994-та година и беше воден од натпросечниот пораст на данокот на енергија. Во новите земји членки на ЕУ, порастот на данокот на окружувањето настапува покасно и беше воден од процесот на прираст во ЕУ, иако некои од нив го искористија порастот на данокот на енергија и покрај строгите барања на правилата на ЕУ.

Графиконот 1 ги прикажува даноците на окружувањето на БДП коефициентот по секоја земја членка на ЕУ и нивната поделба според видот на данокот. Релативната важност на секој вид на данок односно такса варира помеѓу земјите членки, но сепак повеќето земји членки приклонуваат кон намалување од 2 до 3% од БДП или за нијанса повисоко. Само 3 земји членки прикажуваат нивоа пониски од 2% од БДП, додека пак во само 2

земји овие нивоа достигнуваат до 3.5% од БДП. Со 6% Данска досега има највисоко ниво на „зелени" даноци, следена од Холандија (4.1%). Најнизок приход од оданочувањето на окружувањето во релација со БДП е забележан во Литванија, Романија и Шпанија, на околу 2% во 2006 година.

Графикон 1. Даноците на окружувањето на БДП коефициентот по секоја земја членка на ЕУ и нивна поделба според видот на данокот.



Извор: Службите на комисијата, http://epp.eurostat.ec.europa.eu, (Taxation trends in the European Union 2008 edition)

Од 1999 година приходите од оданочувањето на окружувањето започнуваат да опаѓаат, во релација со измерениот просечен БДП и како дел на целокупното оданочување. Едноставниот аритметички просек, кој ја игнорира големината на економиите на земјите членки на ЕУ, не покажува јасна слика за падот на приходот од оданочувањето на окружувањето, се до последниве две години, каде падови почнаа да се забележуваат во неколку од новите земји членки на ЕУ (Табела 1). Споредено со 1995, делот од данокот на окружувањето во рамките на тоталното оданочување, се зголемува во повеќето нови земји членки на ЕУ а исто така и во некои од веќе постоечките земји во ЕУ (Холандија, Данска, Финска, Германија, Австрија). Во повеќето од нив делот на данокот на труд во целокупниот данок, симултано опаѓа во согласност со идејата за „зелена" даночна реформа. Со цел да се објасни падот на приходот од данокот на окружувањето во релација со БДП, треба да се знае дека даноците на окружувањето се обично фиксирани на номинални услови и изразени преку единица мерка на физичко трошење. Иако нивната вистинска вредност опаѓа во релација со БДП, освен ако се правилно прилагодени на инфлацијата. Постојат неколку причини за вистинската

вредносна ерозија на оданочувањето на окружувањето. Имено, владите во државите, едноставно немаат волја константно да ги зголемуваат стапките на оданочување на производите, што влијае на трошоците за енергија во домаќинствата и индустријата. Растечката популарност на нефискалните инструменти како што е ширењето на трговијата, како и проспектите за структурно повисока светска цена на нафтата одколку во 1990, би можело исто така да води до редуцирање на апетитот за дополнително оданочување на окружувањето, барем што се однесува до енергијата. Како пример за овој тренд би можела да биде неодамнешната шведска програма за олеснување на оданочувањето на енергијата во енергетските компании за период од 5 години доколку имплементираат систем за менаџирање со енергијата како и мерките за зачувување на енергијата. Еден неодамнешен пример пак ги прикажува скалестите даноци во одредени Европски земји.

Табела 1. Приходи од оданочувањето на окружувањето во ЕУ,1995-2006, во % од БДП

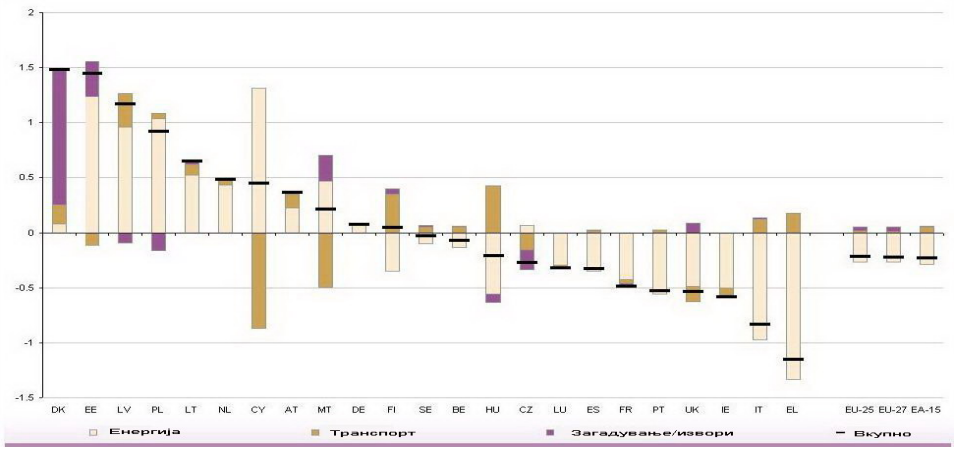
BE	2.2	2.5	2.5	2.4	2.5	2.3	2.3	2.2	2.3	2.4	2.3	2.2
BG	-	-	-	-	-	2.5	2.8	2.3	3.0	3.4	3.1	3.1
CZ	2.8	2.7	2.5	2.3	2.5	2.5	2.5	2.5	2.6	2.6	2.7	2.6
DK	4.5	4.8	4.8	5.2	5.3	5.2	5.1	5.3	5.1	5.5	5.8	6.0
DE	2.3	2.2	2.2	2.1	2.3	2.4	2.5	2.5	2.7	2.5	2.5	2.4
EE	0.8	1.2	1.5	1.8	1.7	1.7	2.1	2.0	1.9	2.1	2.3	2.2
IE	3.1	3.1	3.0	3.0	3.0	2.9	2.3	2.3	2.3	2.5	2.5	2.5
EL	3.1	3.1	3.1	2.9	2.7	2.3	2.5	2.3	2.2	2.2	2.1	2.0
ES	2.2	2.2	2.1	2.3	2.3	2.2	2.1	2.1	2.1	2.0	1.9	1.9
FR	2.8	2.9	2.7	2.7	2.7	2.5	2.4	2.5	2.4	2.4	2.4	2.3
IT	3.6	3.5	3.5	3.4	3.5	3.2	3.0	2.9	3.0	2.8	2.8	2.8
CY	2.9	2.8	2.5	2.5	2.5	2.7	3.0	2.9	3.7	4.0	3.5	3.3
LV	1.2	1.7	2.1	3.0	2.5	2.4	2.2	2.3	2.5	2.6	2.7	2.4
LT	1.2	1.2	1.4	1.9	2.3	1.8	1.9	2.1	2.1	2.0	1.9	1.8
LU	3.0	2.9	3.0	2.9	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	3.1	3.0	2.6
HU	3.1	3.1	3.0	3.5	3.4	3.0	2.8	2.8	2.7	2.8	2.8	2.9
MT	3.2	3.1	3.5	3.9	4.1	3.7	3.7	3.4	3.4	3.1	3.3	3.4
NL	3.6	3.8	3.7	3.8	3.9	3.9	3.8	3.6	3.7	3.8	4.0	4.1
AT	2.1	2.1	2.3	2.3	2.3	2.4	2.6	2.6	2.7	2.7	2.6	2.5
PL	1.8	1.9	1.8	1.8	2.1	2.1	2.1	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8
PT	3.5	3.5	3.3	3.5	3.4	2.7	3.0	3.2	3.1	3.1	3.1	2.9
RO	-	-	-	-	-	-	-	2.1	2.5	2.4	2.0	1.9
SI	-	-	-	-	-	3.0	3.3	3.3	3.4	3.4	3.3	3.1
SK	-	-	2.1	1.9	2.0	2.2	1.9	2.4	2.6	2.7	2.6	2.4
FI	2.9	3.1	3.3	3.3	3.4	3.1	2.9	3.0	3.2	3.2	3.1	3.0
SE	2.8	3.1	2.9	3.0	2.8	2.7	2.8	2.8	2.9	2.8	2.8	2.7
UK	2.9	3.0	3.0	3.1	3.2	3.0	2.8	2.7	2.7	2.6	2.5	2.4
NO	*2.3*	*2.2*	*2.1*	*2.0*	*1.8*	*1.5*	*1.3*	*3.4*	*3.3*	*3.3*	*3.0*	*3.0*

Извор: Службите на комисијата, http://epp.eurostat.ec.europa.eu, (Taxation trends in the European Union 2008 edition)

Преовладувањето на енергетските такси е заеднички момент за повеќето земји членки на ЕУ; како и да е во некои земји значаен е и придонесот од данокот на транспорт. На пример во Ирска и Кипар овој данок е скоро половина од данокот на окружување, додека пак во Малта тој е уште повисок, над 50%. Во Данска, таксите на транспорт растат на скоро исто ниво како и енергетските такси, а таксите на загадување и на ресурси забележуваат само третина од вкупните такси на окружувањето. Во периодот помеѓу 1995-2006, нивоата на данокот на окружувањето во ЕУ-15 и новите земји членки, конвергираат. Додека неколку од старите земји членки на ЕУ прикажуваат опаѓање на нивниот данок во БДП коефициентот, новите земји членки, кои имаат понизок данок на окружувањето, забележуваат општо, пораст во нивните нивоа, и тоа за 1%.

Графиконот 2 ја прикажува еволуцијата на структурата на таксите на окружувањето. Највисоките точки во графиконот кои се приближни до стабилниот просек во ЕУ, го прикриваат бројот на значајните промени во составот во некои земји членки. На пример, целокупниот пад на данокот на енергија, би требало да биде ставен во контекст на забележаните порасти во неколку земји; во 4 од нив (Естонија, Латвија, Полска и Кипар), порастот е близу до достигнување на 1% од БДП. Како и да е, во Грција и Италија, кои го започнаа периодот со надпросечни приходи од данокот на енергија, имаат значаен пад од 1995. Исто така значаен е да се спомене и порастот таксите на загадување во Данска, како и порастот на приходот од овие такси во Чешка, каде приходот и од загадувањето на водата и воздухот опаѓа.

Графикон 2. Еволуција на структурата на данокот на окружување 1995-2006, разлики во % на БДП



Извор: Службите на комисијата, http://epp.eurostat.ec.europa.eu, (Taxation trends in the European Union 2008 edition

2. Имплицитна стапка на оданочување на енергијата

Високиот коефициент од приходот од данокот на окружување, претставува показател од голем приоритет со цел заштита на окружувањето. Меѓутоа нивото на овој индикатор, не го покажува достигнувањето на целите на политиката на окружување, како и тоа дека порастот на данокот може да произлезе од промените кои се појавуваат од економска гледна точка, а се во поглед на производството и потрошувачката, а чии што извори се поинтензивно водат кон поголемо загадување. Имено, доколку „зелените" даноци не се наклонети кон економијата на една земја, тие со време би ги редуцирале изворите на употребливи добра во окружувањето, а со тоа би ја нагризале основата на оданочување, што води до големо опаѓање на приходот.

Исто така значајно е да се спомене дека падот на приходот од оданочување на окружувањето во услови на БДП во последно време е дел од иновацијата во инструментите на политиката. Како пример би можеле да се прикажат системите за одредување на цените во патниот сообраќај, придружени со сумата на такси на движењето на автомобилот, што би водело до намалување на приходот од данокот бидејќи патариниte не се вроени во даноците.

Конструирањето на имплицитната стапка на оданочување на окружувањето е исклучително тешка задача; не постои лесен препознатлив деноминатор за одредување на коефициентот зашто разноликоста на даноците на окружувањето води до мултиплицираност на основите за оданочување. Сепак, како и да е, за одредување на основата на оданочување на предходно споменатите ресурси, односно енергијата, постои соодветен индикатор. Еуростат објавува податоци, до 2005, за финалната потрошувачка на енергија по одредена земја, агрегирајќи ги различните извори на енергија, соединети во еден единствен индикатор. Податоците ја содржат енергијата потрошена во транспортот, индустријата, трговијата, јавниот и секторот на домаќинствата, невклучувајќи го секторот за трансформација на енергијата како и енергетските индустрии.

Показателот е соодветна мерка на политиката на оданочување. Знаеме дека имплицитната стапка на оданочување на енергијата ги третира еднакво сите видови на потрошувачка на енергија, без разлика на нивното влијание на окружувањето. Енергетскиот агрегат произведен од хидроелектрична енергија го има истото значење како и агрегатот кој е произведен од јаглен. Парадоксално кажано, но секоја земја која има голем дел на обновлива енергија ќе има пониска стапка на оданочување на енергијата од онаа земја која високо подлежи на јаглеродни извори на енергија.

Табела 2, ја прикажува сумата на енергетски такси, во евра, оданочена по агрегат на финалната потрошувачка на енергија. Во последно време, Данска прикажува највисок коефициент на маржа, следена од Италија, Англија и Германија. Генерално, новите земји членки на ЕУ, прикажуваат најниски нивоа на оданочување, но сепак сите земји членки од оваа група, значително ги зголемуваат даноците на енергија.

Табелата 2 се базира на приходот од номиналните такси. Ова има 2 значајни последици: прво за non-eurozone земјите, вредноста покажува промени во движењата на стапката. Второ, дадената позитивна инфлација на еврото, како и константната вредност на коефициентот, низ времето, покажува бавно опаѓање на даноците.

Доколку се погледне Табела 3, би можело да се заклучи дека оданочувањето на енергијата тендира кон опаѓање во просек од 1999, а посебно во Италија, Франција, Шпанија, Грција, Португалија, но забележувајќи и пораст во новите земји членки на ЕУ (Холандија, Данска, Германија, Шведска). Севкупно кажано, во ЕУ-27, вистинската имплицитна стапка на оданочување на енергијата, во 2005 била помала одколку 10 години пред тоа.

Табела 2. Приходи од даноците на енергија во релација со финалната потрошувачка на енергија (номинална стапка на оданочување на енергијата)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Разлика 1995 to 2005
BE	95.8	94.8	95.1	95.9	97.4	97.9	97.6	102.2	102.3	115.1	122.6	26.8
BG	-	-	-	-	-	36.5	46.4	37.5	49.8	64.6	62.3	-
CZ	40.6	41.2	41.6	46.1	57.0	58.9	69.7	74.9	73.4	81.4	96.7	56.2
DK	200.9	213.5	218.0	249.0	284.6	301.4	316.8	326.2	326.1	324.4	317.8	116.9
DE	168.6	151.6	149.4	150.0	176.8	192.6	200.3	211.6	224.5	217.6	213.2	44.6
EE	6.8	11.8	18.6	29.7	31.1	32.2	44.1	46.3	52.1	63.1	77.4	70.6
IE	112.3	121.0	139.5	140.4	144.6	140.6	123.7	145.6	148.3	167.8	165.9	53.6
EL	158.1	161.7	157.4	139.0	132.6	117.6	118.3	111.1	111.4	115.7	116.1	-42.0
ES	128.4	134.7	129.2	138.9	144.3	138.2	135.0	141.9	141.8	141.5	140.7	12.3
FR	169.3	167.5	169.4	170.7	176.9	172.9	162.0	177.7	172.1	178.0	175.8	6.5
IT	237.1	261.0	271.5	260.5	264.0	248.2	239.9	237.5	243.9	232.9	233.7	-3.5
CY	26.7	27.4	26.7	29.6	32.0	43.2	61.4	64.7	125.7	146.0	156.2	129.5
LV	10.2	18.1	26.7	44.2	41.1	47.9	42.8	48.0	52.6	61.6	72.7	62.5
LT	12.3	16.4	25.0	38.9	54.4	58.0	64.8	75.6	79.7	77.7	81.8	69.5
LU	141.2	138.9	143.0	151.6	159.2	164.7	164.8	170.1	173.9	186.4	194.5	53.4
HU	58.5	53.1	62.3	77.0	79.3	79.5	82.4	92.9	96.5	99.5	103.9	45.3
MT	52.0	61.4	72.5	127.9	140.3	143.6	177.8	136.6	121.0	121.4	119.4	67.4
NL	113.8	113.5	129.7	135.2	152.7	162.2	168.4	171.1	175.0	185.3	204.4	90.7
AT	123.7	117.6	137.0	130.2	136.4	142.5	146.8	152.1	153.7	165.1	159.3	35.6
PL	20.7	26.1	27.6	37.7	48.2	59.2	67.0	77.7	72.5	76.0	97.0	76.4
PT	163.4	162.9	152.1	157.9	151.8	112.0	133.7	158.1	168.3	155.8	168.1	4.7
RO	-	-	-	-	-	-	-	37.0	45.7	54.9	60.8	-
SI	-	-	-	-	-	118.5	136.1	143.7	141.7	146.0	145.2	-
SK	-	-	31.8	31.9	32.5	41.4	36.8	44.0	59.3	69.7	77.0	-
FI	96.9	96.3	106.7	104.7	109.9	108.8	112.8	113.8	112.6	113.3	115.9	19.1
SE	138.1	168.6	167.8	172.5	178.2	182.1	183.5	196.0	204.4	209.0	210.7	72.6
UK	143.4	149.1	186.9	212.2	226.5	250.3	239.3	246.2	224.3	234.7	232.5	89.1
EU-27	159.4	160.7	168.2	172.5	185.2	189.8	187.1	194.0	193.2	194.2	193.6	34.2
EU-25	159.4	160.7	168.2	172.5	185.2	190.0	187.3	195.0	194.2	195.3	194.9	35.5
EA-15	166.2	165.9	169.3	168.3	179.6	179.8	178.5	186.3	190.1	188.8	191.7	25.5

Извор: Службите на комисијата, http://epp.eurostat.ec.europa.eu, (Taxation trends in the European Union 2008 edition).

Табела 3. Приходи од оданочувањето на енергијата во релација со крајната потрошувачка на енергија (вистинската имплицитна стапка на оданочување на енергијата) Разлика во % - поени

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Разлика 1995 to 2005
BE	95.8	93.6	91.3	91.6	92.8	87.9	85.9	89.5	89.5	98.3	101.3	5.5
BG	-	-	-	-	-	36.5	44.6	35.6	47.1	58.3	53.3	-
CZ	40.6	38.4	36.2	37.7	45.5	45.6	53.0	57.9	56.6	61.1	73.0	32.4
DK	200.9	210.4	210.3	239.4	270.9	275.7	283.4	289.5	287.6	281.0	266.7	65.8
DE	168.6	151.0	147.4	148.2	174.7	188.1	193.5	203.3	215.3	207.0	200.7	32.1
EE	6.8	9.9	13.9	21.1	21.5	21.0	27.5	28.5	31.6	37.4	44.2	37.5
IE	112.3	120.4	135.2	130.5	129.3	118.8	99.7	115.0	118.0	131.6	127.4	15.1
EL	158.1	151.2	139.0	117.0	108.7	90.0	88.4	80.8	78.8	79.7	77.2	-80.9
ES	128.4	130.9	122.4	129.5	131.8	120.0	113.7	116.3	113.0	108.9	104.0	-24.5
FR	169.3	165.1	165.4	166.2	172.8	165.1	152.6	165.8	158.7	161.7	156.3	-13.0
IT	237.1	251.1	254.8	239.7	239.2	215.2	201.8	194.5	195.2	180.8	175.4	-61.7
CY	26.7	26.7	25.3	27.5	29.0	37.6	52.1	54.2	102.0	115.3	119.6	92.8
LV	10.2	15.8	21.6	34.7	31.8	35.4	31.2	33.7	35.4	38.4	41.0	30.9
LT	12.3	14.4	20.2	31.1	44.1	46.3	52.2	61.8	66.4	63.9	63.3	51.0
LU	141.2	133.0	134.9	142.2	143.5	138.3	140.8	144.9	149.2	152.1	149.0	7.8
HU	58.5	43.9	44.0	48.4	46.5	42.0	41.1	45.4	45.5	46.1	47.6	-11.0
MT	52.0	60.1	70.3	121.6	131.6	122.9	154.8	116.4	102.8	102.8	97.2	45.2
NL	113.8	112.3	125.5	130.5	146.3	148.2	149.5	150.0	151.8	159.2	171.6	57.8
AT	123.7	116.0	134.7	127.4	132.5	135.8	138.0	141.7	142.0	150.1	142.0	18.3
PL	20.7	22.3	20.7	25.4	30.6	34.9	38.4	43.2	39.5	39.7	50.3	29.6
PT	163.4	159.2	143.6	145.6	137.1	96.8	112.5	129.9	135.8	122.8	128.5	-34.9
RO	-	-	-	-	-	-	-	37.0	37.7	40.0	41.4	-
SI	-	-	-	-	-	118.5	126.3	126.1	119.2	118.5	114.5	-
SK	-	-	31.8	31.3	30.5	35.0	29.6	34.4	44.8	50.5	55.6	-
FI	96.9	95.5	104.6	101.3	106.6	101.8	103.9	104.7	103.7	103.5	104.8	7.9
SE	138.1	169.0	165.9	170.2	174.1	174.1	170.7	180.2	186.3	190.0	188.2	50.1
UK	143.4	145.2	181.1	204.2	214.7	233.3	219.5	221.7	197.1	202.5	195.5	52.1
EU-27	159.4	156.7	158.5	160.5	170.3	168.9	162.9	166.4	163.2	160.9	156.7	-2.7
EU-25	159.4	157.2	161.5	163.9	174.2	173.4	167.5	171.9	168.8	166.6	162.4	3.0
EA-15	166.2	163.1	163.7	161.5	171.2	166.0	161.7	166.3	167.8	163.6	162.2	-3.9

Извор: Службите на комисијата, http://epp.eurostat.ec.europa.eu, (Taxation trends in the European Union 2008 edition)

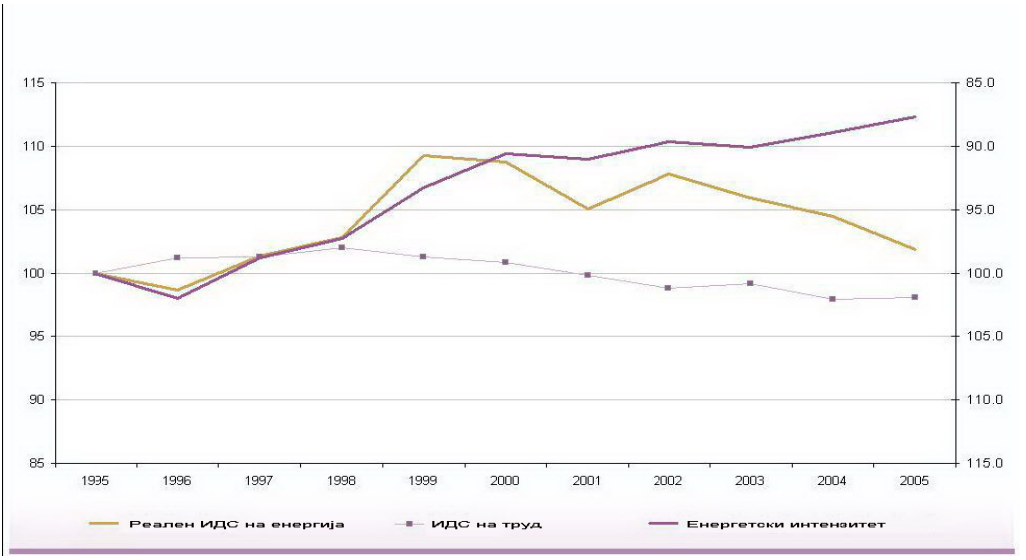
Дали „реформата на зелени такси" има некакво видливо влијание врз интензитетот на енергија во БДП?

Во предходниот графикон може да се види дека интензитетот на енергијата врз економијата е прикажан преку превртена скала, што значи ако линијата води нагоре, економијата станува попродуктивна енергетски и обратно.

Од 1995 до 2000-та, бидејќи данокот на енергија рапидно расте, конечната потрошувачка на енергијата расте со побавна стапка одколку целокупната економија, водејќи до рапиден пораст на ефикасноста на енергијата. Како и да е, околу 2000-та година, започнува опаѓање на данокот

на енергија а во исто време се намалува и продуктивноста на енергијата. Во тој контекст би можело да се заклучи дека оданочувањето, одигрува значајна улога во стимулирањето на одржувањето на енергијата, како и другите структурни фактори.

Графикон 3. Развој на продуктивноста на енергија, имплицитна стапка на оданочување на енергијата и трудот во ЕУ-25



Извор: Службите на комисијата, http://epp.eurostat.ec.europa.eu, (Taxation trends in the European Union 2008 edition)

Како што имплицитната стапка на оданочување на енергијата расте, данокот на труд се намалува. Како што може да се види од графиконот, двата трендови се повеќе паралелни одколку спротивни, што не е за изненадување доколку се земе во предвид падот на приходот од енергетски такси во 1999, барем во просек во земјите членки на ЕУ.

Заклучни согледувања

Даноците за животна средина паѓаат во ЕУ-15 но, растат во новите земји членки.

Развојот на даноците за животна средина се во центарот на бројни социјални трендови. Од една страна тековната политика фокусирана на

заштита на околината, може стане се посилна како што расте Европа и станува се поотворена и како што вниманието се врти кон заканата од глобално затоплување. Од друга страна има се поголемо потпирање на други политички инструменти а не само даноци, како тргување со струја и растечки политички притисок за прилагодување на силниот раст на цените на горивата регистриран во последните години, преку намалување на данокот на енергија, кој пак допринесува со 3/4 во приходите од данок на животна средина.

Тековно, грубо земено 1 евро од 15 од приходите прозлегува од даноците на животна средина. Податоците покажуваат дека додека даноците на животна средина растат значително особено во периодот од 1990 до 1994 година (кој не е покриен со овој труд) додека од 1999 тие се во пад, исклучиво во Еврозоната. Овој тренд продолжува до 2006. Во 12 нови земји членки, кои имаат ниски даноци за животна средина, приходите од таквите даноци константно растат, па досега скоро нема разлика во однос на ЕУ-15; Ова не беше доволно да го компензира падот на ЕУ-15.

Еднаков даночен приход незначи и еднакви даночни стапки. Земји со поголем енергетски капацитет можат да прикажат еднаков приход иако имаат пониски стапки. Ова всушност се случува во доменот на енергетското оданочување. Апсолутната даночна стапка на енергија покажува продолжување на отворени разлики земајќи го во предвид даночниот приход собран по единица енергија на потрошувачка (земјите со високи даноци прибираат 5 пати повеќе приход по единица енергија одколу земјите кои поставуваат ниски даноци) и потврдуваат дека даноците по единица енергија во еврозоната, особено кога еднаш се прилагодени на инфлацијата, се намалуваат.

Summary

The development of environmental taxes is at the centre of a number of different societal trends; on the one hand, an ongoing policy focus on environmental protection, which may grow stronger as Europe grows more affluent and as attention turns to the threat from global warming; on the other, a greater reliance on policy instruments other than taxes, such as emissions trading, and growing political pressure to accommodate the strong increases in the oil price recorded in the last few years by reducing taxation of energy, which contributes some three quarters of revenues from environmental taxes.

Currently, roughly one euro out of every fifteen in revenue derives from environmental taxes. Data, however, show that while environmental tax revenues have increased considerably, particularly in the 1990-1994 period (not covered by

this report), since 1999 they have been on the decline, especially in the euro area. This trend continued in 2006. In the 12 new Member States, which originally levied low environmental taxes, revenues from such taxes have been steadily rising, so that by now there is practically no difference vis-à-vis the EU-15 in this respect; this has, however, not been sufficient to offset the decline in the EU-15.

Equal tax revenue does not mean equal tax rates. Countries with higher energy intensity may display the same revenue although tax rates are lower. This is, indeed, what happens in the domain of energy taxation. The implicit tax rate on energy shows that wide differences persist with regard to the tax revenue raised per unit of energy consumed (the highest taxing country raises over five times more revenue per unit of energy than the Member State imposing the least tax), and confirms that in the euro area taxation per unit of energy, particularly once adjusted for inflation, has been declining.

Key words: *tax, taxation, implicit tax rate, revenue from taxation, taxation trends, energy, environment.*

Литература

1. Атанасовски, Живко Јавни финансии, Економски факултет, Скопје (2005),
2. Богоев, Ксенте - Атанасовски Живко, Даночниот систем на Македонија, теоретски и практични аспекти, мисла, Скопје (1993)
3. Богоев, К, „Економски аспекти на современата фискална политика“, во „ Економската наука и стопанскиот развој на Р. Македонија„ , МАНУ, Скопје, 1993
4. Commission of the European Communities, TEHNICAL ANNEX. Financing the European Union: Commission Report on the Operation of the Own Resources System
5. Environmental Taxation Law: Policy, Contexts And Practice by John Snape and Jeremy De Souza (Hardcover - Feb 28, 2006)
6. Environmental Policy and Direct Taxation in EUrope by Manon A. Utee, Peter HJ Essers, and Paul A. Flutsch (Paperback - Mar 1, 2000)
7. Фити, Таки, (Современите макроекономски концепции и економски политики, Економски факултет, Скопје (2001),
8. IBFD, 2004c, Europen Tax Handbook. Amsterdam.
9. Јовановски, Панче, Јавни финансии-3. Изд.-Скопје: Европски универзитет-Република Македонија, 2008.
10. http://epp.eurostat.ec.europa.eu

005.96

Асс. м-р. **Андријана БОЈАЏИЕВСКА**

РАЗВОЈ НА ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ

Апстракт

Глобалниот пазар наметнува барања на претпријатијата за неопходен развој на човечките ресурси, кои постојано треба да ги задоволуваат потребите на клиентите и да бидат конкурентни на пазарот. Развојот на човечките ресурси подразбира постојана грижа за перманентно образование на вработените. Тоа се однесува на стекнување, дополнување и проширување на знаењето на вработените со што претпријатијата стануваат поефикасни и поконкурентни.

Традиционално, терминот развој се фокусира на вработените од менаџмент ниво, додека линиските вработени добиваат обука дизајнирана да го подобри сетот од вештини потребни за реализација на нивната работа. Со вклучувањето на вработените во сите аспекти на бизнисот (вработените како дел од работни тимови во претпријатијата), развојот станува значаен елемент за човечките ресурси на една организација. Промената на традиционалните вредности придонесе и за промена на улогите во организацијата, така што голем дел од вработените добиваат одговорности кои порано беа резервирани само за менаџерите.

Клучни зборови: *развој на човечки ресурси, организациски развој, развој на кариера, евалуација на методи на развој на човечки ресурси*

Вовед

Современиот човек треба континуирано да се образува и неуморно да се развива затоа што преку образованието егзистира, станува нешто што претходно не бил, открива нови видици на својата личност - припадност на нешто, преку кое ја обликува личната идентификација и системот на вредности. Со постојаното ширење и обновување на своето знаење си овозможуваме секогаш да бидеме актуелни на пазарот на трудот, што значи ја осигуруваме својата конкурентност и ги зголемуваме нашите примања. Образованието и развојот имаат и друга вредност, да постигнуваме поголема вредност во производниот процес, што влијае на зголемувањето на профитот, но и на зголемување на вредноста на општествениот производ.

Многу организации вклучуваат едукација на вработените и нивен развој како многу битен и ефективен дел од нивната стратегија за да се натпреваруваат и докажуваат во постојната динамична глобална економија. Осигурувањето на квалитетни менаџери и вработени, кои континуирано ќе се развиваат, е главна стратегија и конкурентска предност на денешните најуспешни претпријатија. Оттука, се вели дека организацијата е добра, колку што се добри и нејзините вработени и таа ќе биде на врвна позиција на пазарот само преку развој на сопствените човечки ресурси.

Потреба од развој на човечките ресурси во претпријатијата

Развојот на човечките ресурси може да се дефинира како сет од систематски и планирани активности, предвидени од организацијата, за да им се овозможат на нејзините членови потребните способности за соочување со постојните и идните барања. Така, според истражувањето од страна на Овластениот институтот за менаџмент[1] во 2006 година, 77% веруваат дека развојот на работната сила е поврзан со организациските цели, а 86% од директорите потврдно одговориле за вреднување на вработените како клучни средства.

Но, на прв поглед, решението на "проблемот", образование и развој на човечките ресурси, е едноставен, колку повеќе финансиски средства ќе вложи организацијата, толку поголеми придобивки ќе има, како за индивидуата, организацијата, така и за општеството во целина. Но, во пракса, состојбите не се така едноставни и сразмерни. Значајно е составните делови, односно извори на деловниот процес (деловни средства, деловни предмети и вработените со своето знаење и услуги) меѓусебно да бидат усогласени. Успешните претпријатија ја обликуваат својата деловна стратегија, од која ги креираат своите цели за сите подрачја на организацијата, како и за подрачјето на развој на човечките ресурси. На ова подрачје, целта треба да ни одреди какво знаење, вештини и способности мора да има една организација за да ја следи и исполнува својата стратегија. Доколку ја споредуваме моменталната состојба со посакуваната, во однос на нашата стратегија, ја добиваме разликата помеѓу постојното и потребното знаење и вештини. На тој начин можеме да одредиме колку треба да финансираме и каде треба да финансираме во целиот процес, за да ја надминеме разликата помеѓу постојното и посакуваното.

Бројни се причините и целите за развојот на човечките ресурси во организацијата, како на пример:

[1] Извор: Armstrong, M., Baron, A.; *"Human capital management : Achieving added value through people*", Kogan Page Ltd, 2007, стр. 60

- помагање на организацијата што побргу да се развива и расте;
- подобрување на конкурентските способности;
- осигурување на достапност за квалитетни и способни кандидати за пополнување на сегашни и идни менаџерски позиции;
- создавање техники за одржување и развој на организациското наследство и обликување на организациската култура преку комуницирање на вработени за мислења, уверувања, вредности;
- подготовка и оспособување на човечките ресурси за решавање на комплексни деловни проблеми во променлива околина преку овозможување искуства, знаење и вештини потребни за идните работни услови и позиции;
- развивање на поединци кои би биле спремни да преземаат одговорност и позиции од високиот менаџмент;
- спречување на ″стареење″ на човечките ресурси и постојано актуелизирање и ширење на знаењето и вештините;
- отстранување на постојните недостатоци во знаењето, ставовите, стиловите и однесувањето на менаџерите;
- зголемување на вкупната менаџерска успешност и флексибилност и
- осигурување на поголемо работно задоволство.

Развојот ги шири и зголемува вкупните индивидуални потенцијали и ја подготвува организацијата за идните предизвици.[2]

Идентификација на потребите за развој

Активностите поврзани со развојот на човечките ресурси треба да се засноваат на разбирање и откривање кои потреби треба да се задоволат и зошто истите треба да бидат задоволени.

Потребите за организациски развој и раст, подобрување на конкурентските способности, достапноста на квалитетни и способни кандидати за пополнување на идни менаџерски позиции, подготовка и оспособување на менаџери за решавање на комплексни деловни проблеми во

[2] Mayo, A., The Role of Development in the Growth of Intellectual Capital, Personal Review, 2000

променлива околина, постојаното ширење на знаењето и вештините, зголемувањето на вкупната организациска успешност и флексибилност, ја специфицираат сложеноста и флуидноста на менаџерската работа. Подготвеноста на менаџерите да одговорат на овие предизвици лежи во компетентноста која е темел за утврдување на потребите за развој.

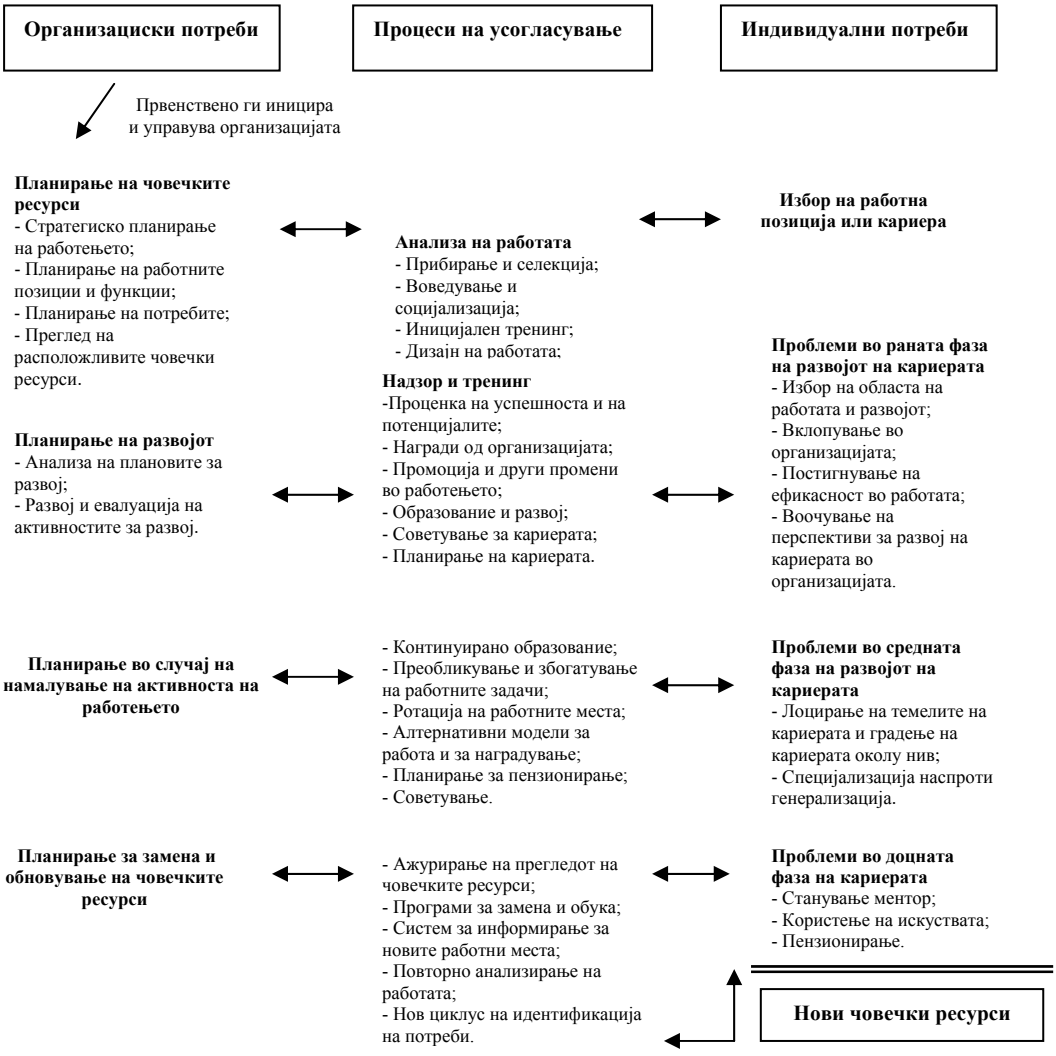
Најчесто користен начин за идентификација на образовните и развојните потреби на вработените се анкетите на менаџерите и вработените во одредена организација.

Индивидуални и организациски потреби за развој

Колку повеќе деловната, технолошката и конкурентската околина на организацијата е посложена, покомплексна и понеизвесна, толку поголема е зависноста на организацијата од човечките ресурси, односно потребна е интеграција на организациските и индивидуалните потреби, соодветно на посакуваните цели.[3] Затоа, системот на човечки ресурси мора да ги интегрира индивидуалните потреби за развој со потребите за професионален развој на вработените, а и со целокупниот развој на организацијата (слика 1).

[3] Bahtijarevič F., Management Ljudskih Potencijala, Golden Marketing, Zagreb, 1999, стр.27

Слика 1 Усогласување на организациските и индивидуалните потреби во планирањето и развојот на човечките ресурси



Извор: Bahtijarevic F.,: "Management Ljudskih Potencijala", Golden Marketing, Zagreb, 1999, стр. 837

Всушност, организациските и индивидуалните потреби за развој претставуваат две страни на истиот проблем. Идентификацијата на потребите за индивидуален развој претставува продолжение на процесот на идентификување на потребите за развој на организацијата. Потребите за развој на индивидуално ниво најдобро се идентификуваат преку планирањето за развивањето на кариерата на поединецот, а потребите за развој на организацијата најдобро се

дефинираат преку планирањето на развој на човечките ресурси и менаџментот на организацијата.

Три основни функции на развојот на човечки ресурси

Функциите на развојот и менаџментот на човечките ресурси се меѓусебно поврзани со намера вработените да постигнат зголемена продуктивност, квалитетни резултати, иновации, задоволство од работата како и подготвеност за воведување на промени (слика 2). Овој виртуелен круг на развој покажува дека вложувањето во развојот на човечките ресурси води кон поефективна употреба на високата технологија, зголемени вештини, повисоки плати и помали вкупни трошоци по единица производ.[4] Тој идентификува три основни функции: тренинг и развој, организациски развој и развој на кариера.

Тренинг и развој

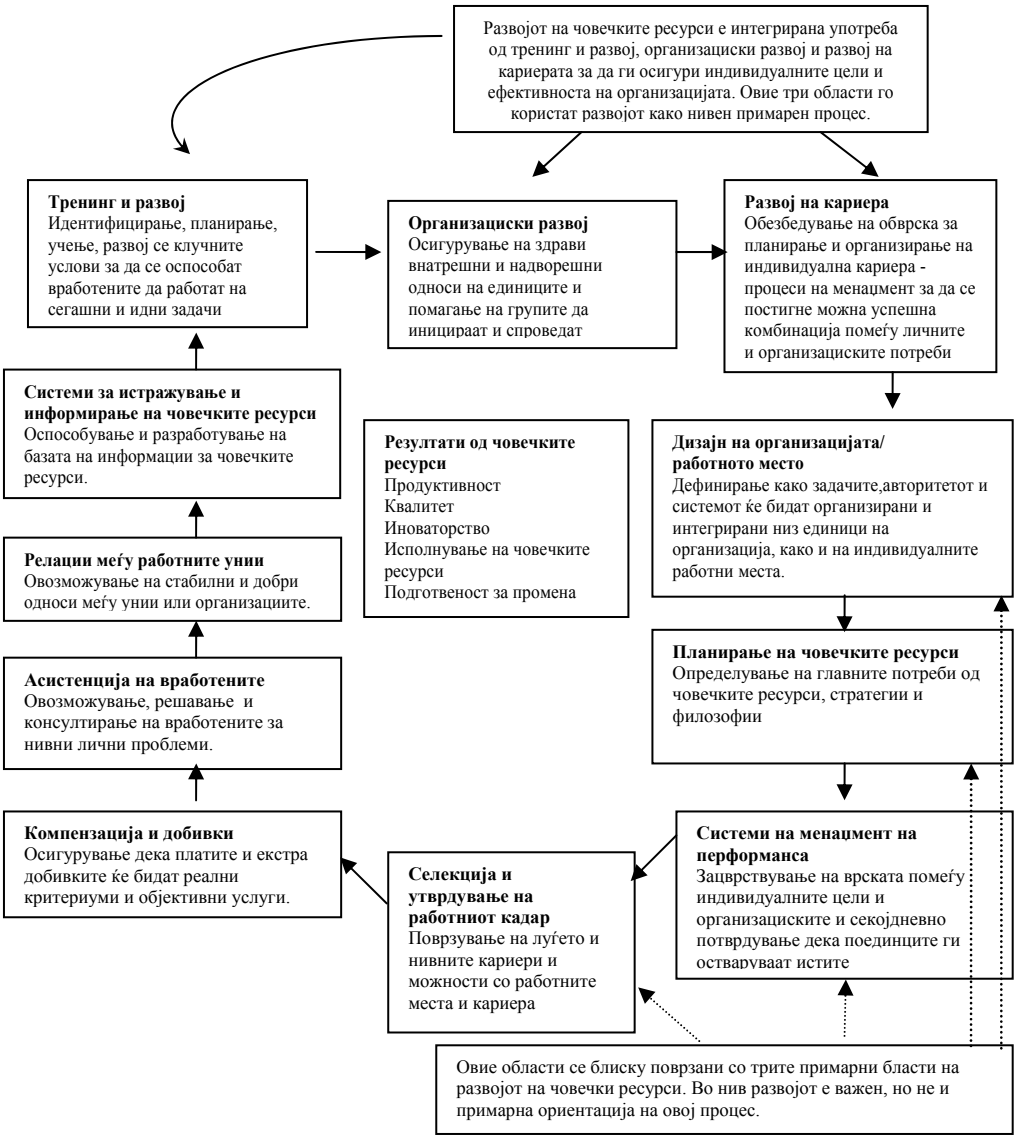
Тренингот и развојот се фокусираат на подобрувањето на знаењето, способностите и можностите (Knowledge, Skills & Abilities - KSAs) на поединците.[5] Тренингот вклучува процес на спроведување на KSAs специјално за одредена, одделна задача на работното место. Развојот вклучува активности со долгорочен фокус на приготвување за идни одговорности, додека се зголемува капацитетот на вработените за изведување на нивните постојни работи.

Тренингот и развојот на вработените треба да се разликуваат, како одделни процеси за подобрување на вештините и способностите на вработените. **Развојот** *се фокусира врз проценката на развојните капацитети на вработените, кои преку традиционалните образовни програми, стекнувањето со работното искуство и социјалната интеракција, се здобиваат со вештини за идните потреби на сегашните или идните проекти, кои не мора да бидат во некаква поврзаност со конкретното работно место.*[6] **Тренингот** *на вработените се однесува, исклучиво, на подготовка за поквалитетно и попродуктивно исполнување на сегашните работни задачи.* [7] Активностите на тренингот и развојот започнуваат кога вработениот влегува во организацијата, обично во форма на ориентирање на вработениот и тренинг за способности. По

[4] Stredwik J. :"An Introduktion to human resource management", 2nd Edition, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, 2005, стр. 370
[5] Bahtijarevič F., "Management Ljudskih Potencijala", Golden Marketing, Zagreb, 1999, стр. 731
[6] Fitzgerald, W., "Training versus Development", Training and Development Journal, No.81, 1992, стр. 293
[7] Noe, R.A., Wilk, S.L., Multen, E.J., Wanek, J.E.," Employee Development: Issues in Construct Definition and Investigation of Antecedent", Englewood Cliffs, NJ, 1997, стр.432

дефиниција, о*риентацијата на вработените ги снабдува нововработените лица со основните информации потребни за работа во претпријатието, како на пример за организациските правила*.[8]

Слика 2 Круг на развој на човечките ресурси



Извор: K. J. Johansen, M. E. Kusy, Jr., and R. H. Rouda*:"The business Focus on HRD Leaders",* Academy of human resource development, Mineapolis, 1996

[8] Dessler G., "Human Resource Management", 11th Edition, Pearson Prentice Hall, 2008, стр.292

Со ориентирањето на вработените треба да се постигнат најмалку четири цели:

1) нововработениот треба да се чувствува добредојден;

2) тој/таа треба да ја разбере организацијата во поширока смисла, како на пример, нејзиното минато, сегашност, култура и визијата за иднина, како и политиките и процедурите;

3) на вработениот треба да му е јасно што се очекува од него, во смисла на однесување и работни задачи и обврски; и

4) нововработеното лице треба да се социјализира во организациските начини на однесување и работење.

Но, доколку организацијата не посвети доволно внимание на ориентацијата на нововработените може да предизвика висока стапка на обрт на работната сила, што пак предизвикува дополнителни трошоци за повторен процес на регрутација, селекција за пополнување на истите работни места.

Организациски развој

Во современите променливи и неизвесни услови доминантен е организацискиот развој во кој развојот на човечките ресурси има централно место. *Организацискиот развој најчесто се одредува како примена на техника на бихејвиористичкото знаење во подобрување на здравјето и успешноста на организацијата преку зголемување на нејзините способности за успешно да се носи со промените во окружувањето, да ги подобрува внатрешните односи и да ја зголемува способноста за решавање проблеми*. [9] Организацискиот развој е посветен на микро и макро промените во организацијата, каде што макро промените се насочени кон ефективноста на организацијата, а микро промени кон групите или поединците. На пример, многу организации имаат намера да ја подобрат ефективноста на организацијата преку променување на системот на наградување, очекуваните индивидуални учиноци или процедурите на известување. Структурирањето на промената често бара консултирање на линиските менаџери за ефективно да се имплементира саканата промена, бидејќи тие истовремено ги пренесуваат организациските цели и ги формулираат целите на најниско ниво.

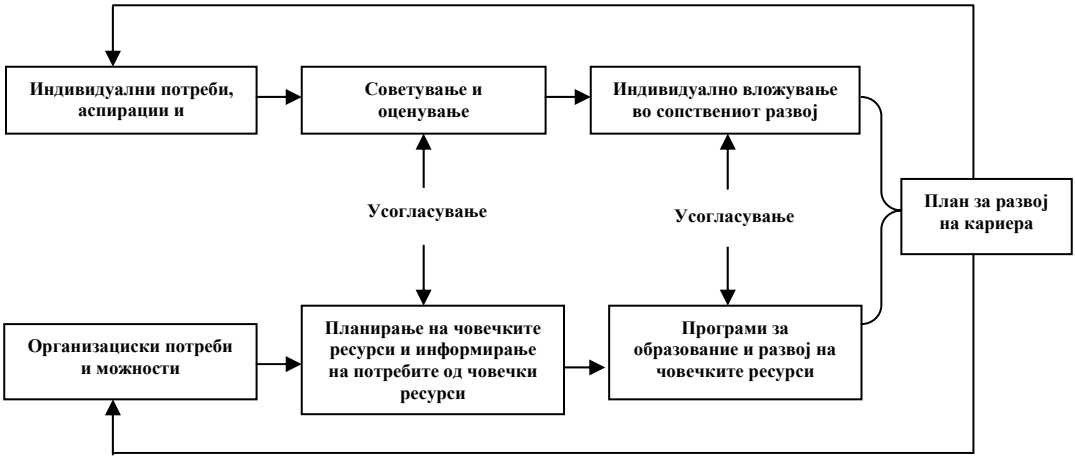
[9] DeSimone R. L., Harris D. M., "Human Resources Development", Dryden, 1998, стр.10

Развој на кариерата

Развојот на кариерата се дефинира како тековен процес преку кој поединците се развиваат низ серии на етапи, секоја карактеризирана со уникатен сет на цели, теми и задачи.[10] Развојот на кариерата има за цел да се поврзат потребата, знаењата и вештините, односно способностите на вработените со постојните или идните потреби на организацијата. Овој тековен, но и доста динамичен процес, окарактеризиран како континуиран, организиран и формализиран процес, се базира на претпоставката дека луѓето се најбитниот ресурс во организацијата. Развојот на кариерата вклучува два различни процеса:

1. Планирањето на кариерата, кое се одвива на индивидуално ниво, се дефинира како *промислен процес преку кој се постанува свесен за личните вештини, интереси, знаење, мотивација и други карактеристики и утврдување на акциони планови за да се постигнат специфични цели.* [11]

Слика 3 Процес на планирање на кариерата



Извор: Donnelly J. H., :"Fundamentals of Management", 9th Edition, IRWIN, Chicago, 1995, стр. 669

Планирањето на кариерата инволвира активности изведувани од поединци со можна асистенција на советници, за да се подобрат способностите и можностите на поединецот за воспоставување на реален

[10] Bernardin, J.H., Russell, J.E., "Human Resource Development: An Experimental Approach", Irwin McGraw-Hill, 1998, стр.200
[11] Dessler G., "Human Resource Management", 11th Edition, Pearson Prentice Hall, 2008, стр. 378

план на кариерата. Овој процес не мора да биде поврзан со една организација. Всушност, станува збор за самостојна проценка на сопствените потенцијали и способности во однос на желбата и планот на кариерата на самиот поединец. Планирањето на кариерата во една организација која го претставува почетокот на процесот за развој на кариерата е претставено на слика 3.

2. Управување со кариерата, кое се одвива на организациско ниво, инволвира преземање на неопходни чекори за постигнување на планот за развој на кариерата од страна на организацијата и има објективна димензија.

Управувањето со кариерата е организациски процес на подготовка, идентификација на потребите, имплементација и контрола на кариерата на вработените. Тој претпоставува висока координација и соработка на менаџерите, вработените, работната единица на човечките ресурси, посебно одделот за развој на вработените (слика 4).

Слика 4 Управување со кариера



Извор: Donnelly J. H., :"Fundamentals of Management", 9th Edition, Irwin, Chicago, 1995, стр. 671

Развојот на кариерата има индивидуален и организациски аспект. Односно, старата стратегија – вработување до пензионирање веќе не

функционира и компаниите не можат целосно да ја преземат одговорноста за растежот на своите вработени и развојот на нивните кариери.[12] Оттука, развојот на кариерата претставува процес од низа поврзани и усогласени индивидуални и организациски активности во кои поединецот и организацијата се јавуваат како партнери во развојот и унапредувањето на индивидуалната кариера. Современиот пристап за развој на кариерата бара активна улога и одговорност на поединецот, но и низа од активности и одговорности на организацијата и менаџерите. Планирањето и менаџментот, т.е. управувањето со развојот на кариерата, се насочени кон развој на индивидуалната кариера внатре во организацијата.

Евалуација на промените од развојот во организацијата

Добивката која произлегува од користењето на различните методи и техники за развој на човечките ресурси, добива на вредност при новонастанатите ситуации, каде што ефектите од здобиеното знаење кај вработените, резултираат со потребни вештини и исправни одлуки. За добра пресметка на вложеното и постигнатото, потребна е добра евалуација на развојните програми. *Евалуацијата може да се дефинира како систематска употреба на методот за општествено истражување преку која се оценуваат нацртите, имплементацијата, резултатите, придонесот и ефектот на програмите на дадена дејност* (Rossy Freeman, Kump, 2000).

Вреднувањето на спроведените методи за развој на човечките ресурси е процес со кој се мери извршувањето на работата од самите вработени. Системот на евалуација мора да им дава на вработените специфични информации за нивните проблеми во извршувањето, а и информации како да го подобрат истото. Ова вклучува јасно разбирање на разликите помеѓу постојното и очекуваното извршување, идентификување на причините за различните извршувања и развивање на планови за акции со кои ќе се подобрува истото. Во тренд е евалуација на методите за развој на човечките ресурси преку процесот 360º повратна информација.

Систем на 360º повратна информација

Податоците за перформансот или изведбата на индивидуата во 360º повратна информација пристапот може да бидат генерирани од лицето кон кого таа поднесува извештај, нејзиниот директен подреден, колегите на исто

[12] Наумовска Л., "Менаџмент на човечки ресурси", 2ро издание, Европски Универзитет – Република Македонија, 2008, стр. 142-143

ниво *(peers)* кои може да бидат членови на тимови и/или колеги во различни делови на организацијата и на крај интерните и екстерните клиенти.[13] Тука е битно да се нагласи дека евалуаторите треба да бидат обучени однапред, со цел да се осигура објективноста и корисноста на резултатите. Разните истражувања потврдуваат дека евалуаторите може да направат грешки, како на пример судејќи попустливо, но понекогаш и безмилосно и строго.

Опсегот на повратната информација може да се прошири со тоа што ќе вклучи останати стеикхолдери – екстерни клиенти, добавувачи (тоа обично се нарекува *540° повратна информација*). Фидбекот може да биде иницира целосно од колегите на исто ниво *(peers)* во тимска ситуација или заедно од колегите на исто ниво и тимските лидери. Исто така може да заземе форма и на *180° повратна информација* или т.н. *upward повратна информација* каде што повратната информација се дава од страна на подредените кон нивните менаџери. Повратните информации може да и се презентираат директно на индивидуата или на неговиот менаџер, но може истовремено и на двајцата.

Пристапот на 360º повратна информација консумира значително време, ангажира човечки фактор, исполнет е со политика итн. Сепак, речиси секоја компанија од познатите Fortune 100 го применува во своето работење. Зошто? Организациите кои го користат овој пристап за евалуирање на индивидуалниот развој како примарна цел, веруваат дека истиот резултира во подобра изведба за организацијата во целина. Како што легендарниот менаџмент гуру и поранешен прв човек на General Electric Џек Велч изјавил: "Ние создаваме големи луѓе, кои потоа креираат одлични производи и услуги". Додека некои фирми може да бидат привлечени од неговата чиста популарност, многу компании стекнуваат директна организациска и индивидуална корист, што ја оправдува инвестицијата.

Главниот принцип на кој се потпира пристапот на 360º повратна информација експлицитно е изразен од страна на Turnow[14] и се однесува на две претпоставки: (1) имањето свест за постоење на разлика во тоа како ние самите се гледаме и оценуваме себеси и како останатите нè гледаат и оценуваат ја зголемува нашата самосвест, и (2) така зголемената самосвест е клучниот фактор за максимална изведба како лидер и со тоа станува фундаментален елемент на менаџерските и лидерските развојни програми. Овој автор исто така истакнува дека 360º повратна информација станува моќна организациска техника за зголемување на свеста за значењето од изедначување на лидерското однесување, резултатите на работната единица

[13] Armstrong M.,:"Human resource management practice", 9th Edition, Kogan Page Ltd., London, 2003, стр. 514

[14] Armstrong M.,:"Human resource management practice", 9th Edition, Kogan Page Ltd., London, 2003, стр. 520

и очекувањата на клиентите, за значењето на партиципација на вработените во лидерските развојни програми и во ефективноста на работната единица[15].

Заклучок

Развојот на човечките ресурси е засебен систем, чија цел е да има вработени кои се мотивирани и желни за развој, кои ги владеат вештините за споделување на сознанијата со соработниците, кои работат тимски и чии улоги се дефинирани во деловниот процес. Доколку секој вработен се чувствува како значаен дел од организацијата, тој е подготвен да се бори за нови знаења и предизвици.

Иако активностите за образование и оспособување на вработените претставуваат долг и макотрпен процес чии што резултати понекогаш и не се видливи на краток рок, сепак тие се потенцијал кој што непосредно влијае на зголемувањето на продуктивноста на вработените. Индиректно, посветувањето на посебно внимание на кадрите во образованието и зголемувањето на нивниот интелектуален развој, овозможува ефективно управување со организацијата и осигурување на квалитет на конкурентските претпријатија.

Според тоа, напредокот на организацијата и успешното работење значително зависи од организирањето и спроведувањето на развојот на човечките ресурси.

Summary

Human resource development is a separate system, whose objective is having highly motivated employees who are keen on development, capable of sharing knowledge, work as team players and have defined job roles. If every employee in the organization feels like important part of it, he/she is ready to grasp new challenges and knowledge.

Although knowledge and qualification activities present long and heavy process whose results on short term are not always apparent, still they are potential which has direct impact on the employee's productivity. Indirectly, the focus on workers' education and increasing their intellectual development facilitates effective management and quality among competitive organizations.

[15] Beatty, R. W., Huselid, M. A., Schneier, C. E.:"Scoring on the business scorecard", Organizational Dynamics, Volume 32, No2, стр. 107

Hence, the organizational progress and successful business depends upon the organizing and effectuating human resource development.

Литература

1. Armstrong M.,:"Human resource management practice", 9th Edition, Kogan Page Ltd., London, 2003
2. Bernardin, J.H., Russell, J.E., "Human Resource Development: An Experimental Approach", Irwin McGraw-Hill, 1998
3. Bahtijarevič F., "Management Ljudskih Potencijala", Golden Marketing, Zagreb, 1999
4. Beatty, R. W., Huselid, M. A., Schneier, C. E.:"Scoring on the business scorecard", Organizational Dynamics, Volume 32, No2
5. DeSimone R. L., Harris D. M., "Human Resources Development", Dryden, 1998
6. Dessler G., "Human Resource Management", 11th Edition, Pearson Prentice Hall, 2008
7. Donnelly J. H., :"Fundamentals of Management", 9th Edition, Irwin, Chicago, 1995
8. Fitzgerald, W., "Training versus Development", Training and Development Journal, No.81, 1992
9. Mayo, A., The Role of Development in the Growth of Intellectual Capital, Personal Review, 2000
10. McLagan, P.: "Models for HRD Practice:Training and Development Journal, Amer Society for Training, 1989
11. Noe, R.A., Wilk, S.L., Multen, E.J., Wanek, J.E.," Employee Development: Issues in Construct Definition and Investigation of Antecedent", Englewood Cliffs, NJ, 1997
12. Наумовска Л., "Менаџмент на човечки ресурси", 2ро издание, Европски Универзитет – Република Македонија, 2008

330.342.146 : 347.2

Асс. м-р **Васко БОГДАНОВСКИ**[1]
Проф. д-р **Панче ЈОВАНОВСКИ**

ПОВРЗАНОСТА ПОМЕЃУ ПРАВАТА НА СОПСТВЕНОСТ И ЕКОНОМСКАТА БЛАГОСОСТОЈБА

Апстракт

Хернандо де Сото неодамна е прогласен за еден од петте водечки иноватори на столетието. Во неговата книга "Тајната на капиталот" чиј што поднаслов е "Зошто капитализмот е толку успешен на Запад, а неуспешен во сите останати делови на светот", Де Сото за разлика од некои мислења според кои што за тоа се виновни културолошките разлики или пак лошите намери на капиталистите и капиталистичките земји, смета дека се работи за правната структура на сопственоста и сопственичките права што многу земји допрва треба да ги воспостават. Неговата цел не е само критика на капитализмот, туку сака да понуди решенија и излези од таквата ситуација, а решение наоѓа во одбрана на сопственоста, бидејќи сопственоста ја смета за втемелена во работата и врзана за сигурноста и мотивот.

Според последните податоци од истражувањата, забележано е дека постои позитивна корелација, т.е. јасна и неразделива врска помеѓу заштитата на правата на физичка и правата на интелектуална сопственост и економската благосостојба во една земја.

***Клучни зборови**:сопственички права, права на интелектуална сопсвеност, капитал.*

Вовед

Начинот на кој сопственичките права се регулирани многу влијае во насока на подобрување на квалитетот на повеќе аспекти. Исто така, исклучително важно е да се нагласи дека сигурноста и добрата заштита на сопственичките права се основа на финансиската и политичката безбедност во една земја. Имајќи предвид дека економиите сè повеќе се глобализираат,

[1] Факултет за економски науки, ЕУРМ

воочлив е предизвикот на земјите за ефикасно регулирање на сопственичките права.

Права на физичка сопственост - се всушност права над својот имот, негово вклучување во економски трансакции (купување, продажба, користење и оплодување на имотот). Односно, "приватната сопственост е колатерал за добивање на кредити од финансиски институции, со што се создаваат нови бизниси и би се развивале постоечките". Кога сопственичките права се признаени и соодветно заштитени (значи имаат вредност), тие му овозможуваат на поединецот својата иницијатива (идеја) да ја претвори во реалност, со тоа што тој се вклучува во економскиот процес во земјата, остварувајќи одреден финансиски резултат. Добрата реализација во овој случај придонесува за "економски развој на земјата и повисок животен стандард на луѓето" (Property Rights Alliance 2009, p.12).

Етимолошкото потекло на зборот "капитал" доаѓа од латински збор "*caput"* кој значи дека, покрај физичките вредности што ги има стоката, предвидени се можности, таа да даде и вишок на вредност. Со други зборови, капитал не е акумулираната залиха на имотот, туку потенцијалот што го поседува тој имот, за да активира ново производство кое што, само по себе, влијае врз развојот на другите индустрии. Кај нас постои погрешно мислење за капиталот. Капиталот не е слика за имотот, туку слика создадена околу него. Неговата вредност постојано се мултиплицира. Само доколку така се сфати, тој е неограничен ресурс и стои на располагање насекаде, не само во развиените земји на Запад. Тука лежи тајната на брзиот и непресушен извор на капитал во западните земји, која ние практично и не сме ја разбрале.

"Во тие земји сопственоста многу често се оспорува, поточно се оспорува постулатот на сопственоста, а тој не смее да биде оспорлив. Врз него лежи основата на капитализмот. Таму капитализмот тешко успева затоа што повеќето економски трансакци се одвиваат вон легалните форми". . .
На тој начин се создаде голем мртов капитал, кој е последица од бегањето во "незаконските" дејности (сива економија), а тие се резултат на пререгулираност, бирократизација, административните и фискалните бариери, но и на недоволните сознанија за начинот на формирање и за суштината на неговото величество - капиталот.

"Западните земји си го решиле проблемот сите да влезат под стаклено ѕвоно на легалното работење. Сепак, за тоа им биле потребни повеќе од два века.[2]

Кога се читаат анализите на Де Сото, во нив како да е насликана реалноста на Република Македонија. Она што изненадува е фактот што решението што се нуди е толку блиску и толку едноставно, а сепак за нас толку далеку

[2] Hernando De Soto, *The Mystery of Capital, Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else*, Basic Books, 2000

и толку сложено, како да станува збор за постоење на психолошки непремостлива бариера, затоа што треба да се измени неизменливото - вкоренетиот начин на размислување и на поимање на околната економска стварност.[3]

Права на интелектуална сопственост – се "ексклузивни права над креации на умот: инвенции, литературни и уметнички дела.симболи,имиња, слики, дизајн кои комерцијално се користат" (Property Rights Alliance 2010, p.24). Односно, правата на интелектуална сопственост вклучуваат трговски марки, патенти, авторски права и слични права. Се соочуваме со фактот дека денес индустријата во светот се врти околу интелектуалната сопственост без разлика на тоа дали станува збор за софтвери, индустриски дизајни, музика филмови, книги, лекови или пронајдоци. Всушност, само пазарот на софтвер, е вреден неколку милијарди долари. "Проценетите загуби поврзани со нелегално и противзаконско користење на правата на интелектуална сосственост, за 2007 година достигнуваат до 48 милијарди долари во целиот свет" (Property Rights Alliance 2009, p.12). Соодветно, добрата заштита на правата на интелектуална сопственост ги поттикнува иновациите и креативноста.

Правото на приватна сопственост е од ексклузивна природа и претставува "белег на слободата" (Property Rights Alliance 2009, p.11) за оној кој го поседува тоа право.

Според стратегијата на Република Македонија за интелектуална сопственост може да се каже дека интелектуалната сопственост се однесува на информации или на делови на информации кои се инкорпорираат во одредени предмети, во исто време во неорганичен број копии во разни места во светот. Со Уставот на Република Македонија се гарантираат правата што произлегуваат од научното, уметничкото или друг вид на интелектуално творештво. Истовремено, Уставот ја гарантира слободата на научното, уметничкото или друг вид интелектуално творештво.

Постојат многу фактори со негативно дејство врз системот на сопственички права, меѓу кои спаѓаат: недостаток на независност во судството, отсуство на владеење на правото, политички немири, граѓански немири итн. Обратно, политичката стабилност, здравата правна средина, владеењето на правото, и други фактори, се рамка за одржлив и сигурен систем на сопственички права.

[3] Писарев А.: *До каде е нашиот капитализам и ние со него!?:*Капитал, број 426

Табела 1 Значајни фактори за заштита на сопственички права и нивно влијание

Правно и политичко опкружување	Права на физичка сопственост	Права на интелектуална сопственост
Независност на судството	Заштита на физичка сопственост	Заштита на интелектуална сопственост
Владеење на правото	Регистрирање на сопственост	Заштита на патенти
Политичка стабилност	Пристап до кредити	Пиратерија
Контрола врз корупцијата		

Извор: International Property Rights Index 2010 Report,

Property Rights Alliance,Washington DC, 2010, p.23

Правната и политичка средина, претставува значаен фактор кој влијае врз добрата заштита на сопственичките права во една земја. Правната и политичка средина подразбира постоење на политичка стабилност на земјата без корупција, силен и стабилен правен систем, независност на судството,и владеење на правото.

Независност на судството подразбира дејствување на судството без влијание на политичките и бизнис групи. Податоците за степенот до кој овој критериум е спроведен во секоја земја може да се види во извештајот World Economic Forum's 2010-2011 Global Competitivness Index.

Владеење на правото остварува почитување на правата на сопственост на поединецот, инвеститорите и менаџерите од страна на судскиот систем, и во себе содржи неколку параметри како што се: праведност, чесност, спроведливост, одговорност, брзо дејствување на судскиот систем и извршната власт. Попрецизно, владеењето на правото влева верба кај поединецот кој е вклучен во економските активности на земјата, во нејзиниот правен систем, дека законите се почитуваат. Рангирањето на секоја земја според овој индикатор може да се види во извештајот World Bank Institute's 2009 Governance Matters.

Политичката стабилност влијае врз поттиците на поединците да инвестираат, да ги прошират своите деловни активности, бидејќи доколку не постои политичка стабилност во земјата, помали се изгледите дека нивните права ќе бидат спроведени. Податоците за степенот до кој овој критериум е

спроведен во секоја земја може да се види во извештајот World Bank Institute's 2009 Governance Matters.

Корупцијата исто така влијае врз довербата на луѓето во постоењето на сигурно и стабилно деловно опкружување, потребно за бизнис активности. Борбата против корупцијата, е спречување на користењето на моќта на јавната власт се користи за лични цели и добивки. Искуствата во доменот на корупцијата бележат појава и егзистирање на ситни и крупните форми на корупција и приватните интереси. Рангирањето на секоја земја поединечно според овој критериум, може да се види во извештајот World Bank Institute's 2009 Governance Matters.

Заштита на правата на физичка сопственост

Сметајќи дека заштитата на приватната сопственост дејствува како потенцијален генератор на развојот, треба да се овозможи стабилен систем на нејзина заштита, спроведување на политики, процедури и закони, кои ќе овозможат полесно да се регистрира имотот, поединците и претпријатијата да имаат полесен пристап до кредити, а со тоа и ќе се обезбеди можност за нивно активно учество во економскиот процес во земјата. Во насока на подобрување на инвестиционата клима, ќе пристапиме кон структурно набљудување на сегментите кои имаат најголемо влијание врз заштита и спроведувањето на правата кои потекнуваат од приватната сопственост.

Регистрирање на имотот, е значаен параметар, кој всушност го подразбира времето и процедурите потребни за пренос на сопственост од продавачот на имотот на купувачот, во случај кога на пр. фирмите купуваат земјиште, деловен простор или зграда. Самата постапка содржи во себе многу важни информации, токму заради тоа што, колку е потешко и посложено регистрирањето на имот, толку е поголема веројатноста дека слободните парични средствата на поединците и/или претпријатијата остануваат да циркулираат во неформалниот сектор.

Истовремено се намалува довербата на јавноста во сигурноста на системот на заштита на нејзините сопственички права. Овој параметар е различен од земја во земја, и за да се направи компарација, може да се види во извештајот The World Bank Group's 2008 Doing Business Report.

Пристапот до кредити е исто така важен параметар, кој репрезентативно ја покажува достапноста на средства и/или капитал за кој поединецот и/или претпријатието има потреба и го позајмува од банка, (банкарски кредит), со цел купување/добивање на одреден имот. Попрецизно, колку е полесен пристапот до банкарски кредит, толку е повеќе евидентна поддршката од страна

на државата за строго формализиран систем на сопственички права. Податоците за степенот до кој овој параметар варира во секоја земја може да се види во извештајот World Economic Forum's 2010-2011 Global Competitivness Index.

Заштитата на правата на интелектуална сопственост

Имајќи ги предвид потребите што развојно се наметнуваат со својата приоритетност, овој сегмент е цел на голем број истражувања направени во светот од голем број на експерти во економската наука. Во вакво проект/истражување направено од страна на Property Rights Alliance во 2009 година, учествуваа голем број на експерти од областа на економијата, и тоа во многу земји од светот. Учесниците од секоја земја беа запрашани да ја оценат заштитата на интелектуалната сопственост во својата земја од "слаба-непостоечка" до "еднаква на најстрогите во светот". Резултатите од ваквото истражување за секоја земја поединечно може да се видат во извештајот World Economic Forum's 2010-2011 Global Competitivness Index. Според резултатите кои се добиени од истражувањето, може да се заклучи дека постојат неколку важни параматри, кои влијаат за заштитата и спроведувањето на заштитата на правата од интелектуална сопственост.

Заштитата на патенти, во суштина е заштита на изум. Со патентот се штити изум кој се однесува на производ, постапка или примена. Врз основа на патентното право сопственикот има исклучиво право на изградба, користење, пуштање во промет или продажба на изумот заштитен со патент. Патентот претставува сопственост чиј сопственик може да го отстапи на други лица на одредено време или во потполност.

Патентот му обезбедува на пронаоѓачот ексклузивни права на нов и корисен производ, процес, супституција или дизајн.[4]

Условите кои изумот мора да ги задоволи за признавање на патент се[5]:

- ✓ новост во однос на постоечката состојба со техниката;
- ✓ инвентивна различност (т.е. неочигледност) и
- ✓ индустриска променливост.

Изумот се смета за нов ако не бил достапен за јавноста во писмен или усмен облик, или ако не бил во употреба пред поднесување на пријава за патент. Изумот мора да поседува некоја интензивна разлика во смисла да во

[4] Карлтон В. Денис, Парлоф М. Џефри, *Модерна индустриска организација,* Табернакул, Скопје, 2010, стр. 526

[5] http://www.dziv.hr

споредба со постоечките решенија, мора да претставува одредена новина. Со патентот се штити некое конкретно решение на некој технички проблем. Изумителот во постапката на пријавување на патентот е должен да ги открие техничките детали за својот изум во оној опсег кој овозможува експертите од предметната област да го изградат или употребат изумот. Таквиот опис на изумот станува јавно достапен на сите заинтересирани.

Исклучителните права кои се добиваат со патентот имаат вредност според територијални принципи. Тоа значи само на територија на земјата во која тоа право е признато. Патентните права во друга земја може да се стекнат или на основа на пријава на патентот во секоја земја поединечно, или преку некои од составните регионални или меѓународни пријави на патент. Заштитата со патент треба да се гледа како дел од деловната, финансиската, производната и маркетиншката стратегија според кои може да се одреди кои елементи на производот и на кој начин е можно и исплатливо да се заштитат. Впрочем, постапката на патентирање, особено во странските земји, има високи трошоци, а поедини елементи на производот може да се заштитат преку други облици на интелектуална сопственост како дополнување или наместо заштита со патент. Постапката на патентирање е релативно долг и сложен процес, која освен финансиски вложувања, бара и добро познавање на патентниот процес и одредено искуство.

Заштитата на патенти како параметар, е анализиран врз основа на неколку фактори: територијална покриеност, членство во меѓународни договори, рестрикции на правата на панент, спроведливост и времетраење на заштитата на патент. Овој параметар има различни вредности во зависност во тоа за која земја се пресметува, а подетално може да се види во извештајот Ginarte-Park Index of Patent Rights 2005.

Пиратеријата како феномен на модерното време, кај интелектуалните права на сопственост е проблем кој сé повеќе се наметнува со зголемувањето на глобализацијата.

Степенот на застапеност на пиратерија кај интелектуалната сопственост е најголем кај четири најпрофитабилни индустрии во светот и тоа: business software, records & music, motion pictures и entertainment software. Извештајот U.S Trade Representative's 2008 Watch List Report ги рангира земјите според овој параметар и според ефикасноста на земјата во борба против пиратеријата и незаконската употреба на интелектуалните права.

Основни начела кои мора да ги земеме предвид при заштитата на системот на сопственички права се:

- продлабочување и интензивирање на активности кои влијаат врз добрата заштита на сопственичките права,

-конзистентност на владините политики со цел подобрување на фактичката состојба,

-фокусирање на остварување на поволна инвестициона клима,

-успешно справување со негативните реперкусии, и во тие рамки постигнување на долгорочен одржлив раст и обезбедување на поволни услови за висок степен на реализација на големи инвестициски вложувања.

"Глобално гледано постојат четири мерки кои владите треба да ги преземат за да ја зголемат заштитата на сопственичките права, и со тоа да ја подобрат инвестиционата клима во земјата" (World Bank 2005, p.80):

- ✓ Верифицирање на правата на земјиште и друга сопственост
- ✓ Олеснување на извршувањето (со сила на законот) на договорите
- ✓ Намалување на криминалот
- ✓ Крај на некомпензација за експропријација

Почитувањето на сопственичките права во Р. Македонија

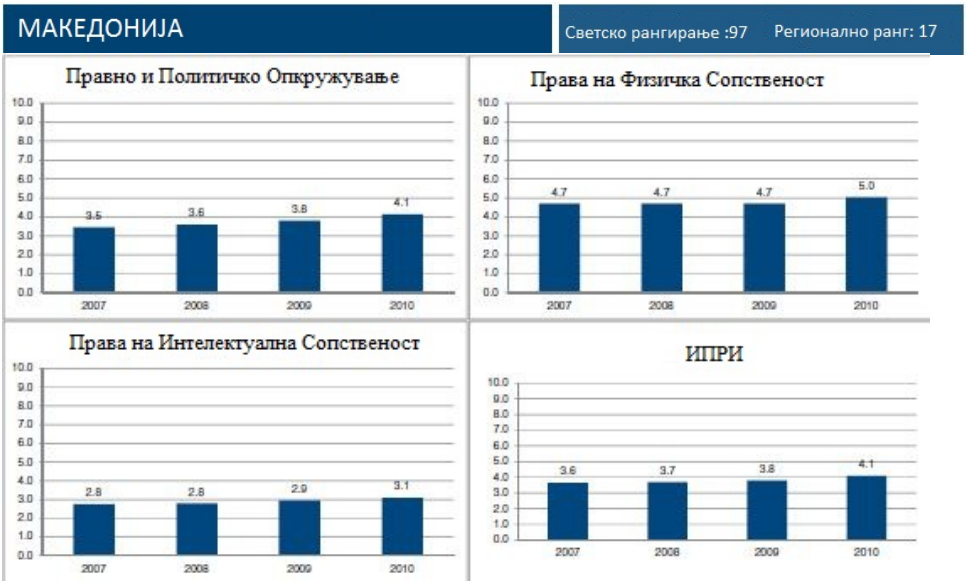
Меѓународниот индекс за правата на сопственост ќе ѝ овозможи на јавноста, истражувачите и креирачите на политики ширум светот, една алатка за компаративна анализа во понатамошното истражување за глобалните права на сопственост. Индексот има за цел да им помогне на земјите кои заостануваат да развијат крупни економии преку ставање акцент на еден здрав закон за сопственост.

ИПРИ користи три примарни области на права на сопственост за да создаде сложени поени: Правна и политичка средина, Права на физичка сопственост и Права на интелектуална сопственост. Најважно од се, ИПРИ ги нагласува големите економски разлики помеѓу земјите кои имаат строги права на сопственост и оние кои немаат. Земјите кои спаѓаат во првиот квинтил уживаат просечен национален БДП по глава на жител од 35 676 долари, речиси двојно повеќе од вториот квинтил со просечен БДП од 20 087 долари. Третиот, четвртиот и петтиот квинтил имаат просек од 9 375, 4 699 и 4 437 долари соодветно.

Република Македонија на Меѓународниот индекс за права на сопственост го зазема 97-мото место, што е исто како и во 2009 год. според

ИПРИ рангирањето, Република Македонија има 4.1 поени, што е за 0.3 проценти поголемо од ИПРИ 2009 (3.8). Според клучните компоненти на Меѓународниот индекс за права на сопственост, во табелата за Правната и политичка средина, Република Македонија има 4.1 поени, што е за 0.3 проценти повеќе од ИПРИ 2009 (3.8) и се наоѓа на 81-вото место. Во поглед на Физичките права на сопственост, Република Македонија има 5.0 поени, што е за 0.3 проценти повеќе од ИПРИ 2009 (4.7) и се наоѓа на 95-тото место.

Табела 2 Рангирање на Р. Македонија според критериумите на ИПРИ



Извор: International Property Rights Index 2010 Report,

Property Rights Alliance,Washington DC, 2010, p.110

Во варијабилата на правата на интелектуална сопственост, Македонија има 3.1 поени, што е за 0.2 проценти повеќе од поените во 2009 год. (2.9) и се наоѓа на 111 место. Според табелата од ИПРИ (полова еднаквост), Македонија има 5.9 поени и се наоѓа на 43-тото место, а според табелата од полова еднаквост, Македонија има 9.0 поени и се наоѓа на 26-тото место.

Од клучните компоненти на Индексот, може да се види дека Македонија направила значителен напредок во сите три компоненти во 2010 год. Сите поткомпоненти на правната и политичка средина се зголемија. Особено значајно е тоа што судската независност е подобрена. Правата на физичка сопственост беа потпомогнати со промени во заштитата на правата на физичка сопственост и поените за регистрација на сопственоста. Процесот

за регистрирање на сопственоста стана значително полесен во 2010 год. намалени се деновите кои се потребни за регистрација на сопственоста од 98 на 68. Поените за правата на интелектуална сопственост исто така се подобрија. Експертското мислење за заштитата на правата на интелектуална сопственост се зголеми за втората последователна година.[6]

Заклучок

Зошто капитализмот тирумфира на Запад, а неговата примена наиде на проблеми на сите други места? Зарем единствено разликите во менталитетот, навиките , културата и обичаите се причина за неуспехот на капитализмот на глобално ниво? Неуспехот нема никаква врска со културното или со генетското наследство. Дали постои некакво културно или генетско истоветување меѓу Латино-американците и Русите? И едните и другите со децении залудно се обидуваат да изградат капитализам без капитал, а имаат исти политики, економски и социјални проблеми: огромна социјална сегрегација, подземни економии, силни мафии, политичка нестабилност, бегање на капиталот (преку илегални канали капиталот се сели во развиените земји) и флагрантно непочитување на законите.

Во овие земји сопственоста многу често се оспорува, поточно се оспорува постулатот на сопственоста, а тој не смее да биде оспорлив. Врз него лежи основата на капитализмот. Овде капитализмот тешко успева затоа што повеќето економски трансакции се одвиваат вон легалните форми.

Праксата покажа дека странскиот капитал што доаѓа во земјите во развој и земјите од третиот свет, многу често претходно бил одлеаниот домашен капитал. Од друга страна, се очекува странците да дојдат да донесат нови технологии, да донесат нови знаења, да отворат нови пазари. А странците, освен политички, еколошки, па и трошковно - мотивирани причини, немаат кој знае колкав интерес да доаѓаат во земјите во кои треба од корен да ги менуваат работните навики и менталитетот на вработените и на менаџментот, нивната животна филозофија, како и целните преференци на вработените, потрошувачите, набавувачите и на политичарите.

[6] Извештајот ја нагласува поврзаноста помеѓу правата на сопственост и економската добросостојба, Институт за економски стратегии и меѓународни односи – Охрид, Целосна верзија на извештајот ја има на http://www.oi.org.mk/

CORRELATION BETWEEN PROPERTY RIGHTS AND ECONOMICAL WELFARE

Summary

Why the capitalism achieved its triumph in the west, while its implementation was facing problems in all other countries? Are the differences in mentality, habits, culture and customs the only reason for capitalism's failure at global level? The failure has nothing to do with the cultural and genetic heritage. Was there any cultural or genetic relation between Latin Americans and Russians? Both, Latin Americans and Russians, were making vain effort for decades to build capitalism without capital, having the same policies, economical and social problems: enormous social segregation, underground economies, strong mafias, political instability, capital outflow (the capital moves towards the developed countries via illegal channels) and flagrant breach of laws.

In these countries the ownership is frequently denied, i.e. the postulate of ownership is denied, and this postulate should not be denied. This postulate is the basis of capitalism. In these countries, the capitalism very rarely succeeds, because most economical transactions are not within the legal forms.

The practice has shown that foreign capital coming to developing countries and third world countries was very often domestic capital flown out of these countries previously. Foreigners are expected to come and bring new technologies, new knowledge and open new markets. However, the foreigners despite political, economical and cost – motivated reasons are not very interested in coming to countries where they need to change thoroughly the working habits and mentality of the employees and managers, their life philosophy, and the preferred targets of the employees, consumers, suppliers and politicians.

Key words: *Property rights, intellectual property rights, capital*

Литература

1. De Soto, Hernando. *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else*. Basic Books. 2000.
2. Карлтон В. Денис и Парлоф М. Џефри. *Модерна индустриска организација*,, Скопје: Табернакул, 2010.
3. Писарев, А. "До каде е нашиот капитализам и ние со него!?". *Капитал*, број 426

4. *Шимова М. Креирање поволна инвестициона клима во Република Македонија во функција на развој на претприемништвото*, Необјавен магистерски труд, Економски Факултет, Скопје, 2010
5. Шајноски С., Право на индустриска сопственост; Авторизирани предавања; Европски Универзитет – Република Македонија, 2009
6. Strokova V. *Hernando de Soto Fellow, International Property Rights Index 2010 Report*
7. World Bank Doing business 2010

Интернет:

1. http://www.globusmagazin.com.mk/
2. http://www.economist.com/
3. http://www.internationalpropertyrightsindex.org/
4. http://www.kapital.com.mk
5. http://www.oi.org.mk/
6. http://www.poslovniforum.hr

316.774 : 004.738

Асс. м-р **Слободан ЈАЌОСКИ**

ПОИМ И ЗНАЧЕЊЕ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ

Апстракт

Во трудот се определува поимот и дефиницијата на социјалните медиуми и претставува осврт на значењето и улогата на социјалните медиуми во општеството, бизнисот и маркетингот.

Клучни зборови: *маркетинг на социјалните медиуми, социјални медиуми, социјални мрежи, интернет маркетинг*

1. Поим и дефинирање на социјалните медиуми

Во секојдневниот говор веќе започнуваат да се употребуваат термините социјални медиуми, Веб 2.0, социјален веб, нови медиуми, социјални мрежи, социјално вмрежување, содржини создадени од корисници (user-generated content) и сл. Се работи за релативно нови феномени кои научната и теоретска мисла допрва почнува да ги опфаќа и проучува, и оваа разноликост на изрази навистина внесува една доза на конфузија при нивната употреба, што во основа им оди во прилог на, условно речено, скептиците во поглед на социјалните медиуми, кои ова го користат како показател дека социјалните медиуми се само една нова мода.

Како, всушност, да ги дефинираме социјалните медиуми? Дали постои разлика меѓу социјален медиум и социјална мрежа, и ако постои, која е таа? Како определуваме дали еден медиум е традиционален или социјален, и дали постои јасна граница меѓу нив? Дали социјалните медиуми се еквивалентни со Веб 2.0? Кога, поточно се појавуваат социјалните медиуми?

Во основа, во академската заедница за секој поим поврзан со маркетингот и огласувањето постои огромен спектар на дефиниции од различни автори и институции, но со тек на времето точниот опфат на поимот се кристализира, а разликите меѓу дефинициите се сведуваат на нијанси. Со оглед на фактот дека социјалните медиуми се третирани од научната заедница од поново време, а ако на тоа се додаде дека самите социјални медиуми се во процес на постојано и динамично менување, може да се заклучи дека не постои општоприфатена дефиниција за социјалните

медиуми. Всушност, разликите меѓу авторите може да бидат прилично големи: некои дефиниции ги изедначуваат социјалните медиуми со социјалните мрежи, некои дефиниции се фокусираат повеќе на технологијата, а други пак на социјалниот момент, а исто така акутен е проблемот на преширок или претесно дефинирање на социјалните медиуми (како, на пример, исклучување на цели категории на веб-страни од поимот за социјални медиуми).

Елеј и Тили нудат една едноставна и општа дефиниција за социјалните медиуми: "Социјални медиуми е широк термин за да се опишат сите различни видови на содржини кои ги формираат социјалните мрежи: записи на блогови или форуми, фотографии, аудио и видеозаписи, врски, профили на веб-страни за социјално вмрежување, ажурирања на статуси, и сл. Социјалните медиуми им овозможуваат на луѓето кои немаат познавање од кодирање или веб-развој лесно да подигнуваат и запишуваат уникатни содржини и инстантно да ги споделат со светот."[1] Недостатокот на оваа дефиниција е тоа што е премногу општа и непрецизно ги објаснува социјалните медиуми.

Според Еванс, социјалните медиуми се "партиципативни он-лајн медиуми каде вестите, фотографиите, видеата и поткастите стануваат јавни преку нивно поставување на веб-страните на социјалните медиуми".[2] Сепак, многу стари веб-страни овозможуваат одредено ниво на комуникација со своите корисници, како на пример, можноста за поставување на коментари, но тоа не ги прави социјални медиуми, во вообичаената смисла на зборот. Блосом, пак, дава потеоретска дефиниција која го интересира и социјалниот и технолошкиот аспект. Според него, социјалниот медиум е "било која високо скалабилна[3] и пристапна комуникациска технологија или техника што му овозможува на кој било поединец лесно да влијае на групи на други поединци".[4] Специфично за оваа дефиниција е избегнувањето на референците кон конкретна технологија и воопшто не се споменува интернетот. Тоа од една страна овозможува одредена флексибилност на дефиницијата и заобиколување на терминот Веб 2.0[5], кој е поконкретен од социјалните медиуми, но сепак нецелосно дефиниран. Од друга страна, пак, проблематичен е опсегот на дефиницијата, бидејќи авторот споменува

1 Eley, B.; Tilley, S. *Online Marketing Inside Out*, SitePoint Pty. Ltd., 2009, p. 78
2 Evans, D. *Social Media Marketing: An Hour a Day*, Wiley Publishing, 2008, p. 33
3 Скалабилноста (scalability) е термин за кој нема соодветен превод во македонскиот јазик, а се однесува на способноста технологијата и системите брзо да се прилагодат на поголем обем на работа.
4 Blossom, J. *Content Nation. Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Life and Our Future,* Wiley Publishing, 2009, p. 29
5 Веб 2.0 концептот е објаснет во делот 2.2.3. (*Развој на социјалните медиуми*)

неколку "социјални медиуми" кои се појавуваат долго пред интернетот и се преобемни за рационална маркетинг анализа.[6]

Каплан и Хенлајн нудат една конзистентна дефиниција со технолошки акцент: "социјалните медиуми се група на интернет-базирани апликации кои се градат на идеолошките и технолошките основи на Веб 2.0, и кои овозможуваат создавање и размена на содржини создадени од корисници (user-generated content)".[7] Во иста линија е и дефиницијата на Брунс и Бахниш, во име на австралискиот think-tank Smart Services LLC – "Социјалните медиуми се веб-страни изградени на Веб 2.0 технологии за да обезбедат простор за продлабочена интеракција, формирање на заедници, и спроведување на колаборативни проекти."[8] Првата дефиниција повеќе го нагласува социјалното вмрежување, додека втората повеќе се фокусира на долгорочните аспекти како што е соработката и виртуелните заедници.

Со оглед на тоа што не постои широко прифатена дефиниција за социјалните медиуми на која може да се потпреме, овој труд определува една *оперативна дефиниција* која би била своевиден амалгам од претходно споменатите дефиниции:

"Социјалните медиуми се партиципативни он-лајн медиуми кои, преку користење на кориснички ориентирани Веб 2.0 технологии со висока скалабилност, им овозможуваат на корисниците да создаваат и разменуваат содржини, како и да постигнат повеќедимензионална меѓусебна интеракција и соработка."

Оперативната дефиниција е изградена од неколку компоненти:

Социјалните медиуми се партиципативни он-лајн медиуми. Клучна карактеристика и основна функција на социјалните медиуми е партиципацијата на корисниците. За разлика од статичните веб-страни од почетните стадиуми на WWW (или Веб 1.0) кои главно биле подигнати од организации со цел за нивна презентација, социјалните медиуми не само што се динамични веб-страни, туку сè се врти околу крајните корисници. Исто така, според оперативната дефиниција, социјалните медиуми се *он-лајн*, што значи дека не се разгледуваат медиуми пред појавата на интернетот.

6 Ibid., p. 14 На пр., авторот по сè изгледа ја третира појавата на природните јазици како еден вид социјален медиум.
7 Kaplan M.; Haenlein M. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media", *Business Horizons*, Vol. 53, Issue 1, 2010, p. 59-68.
8 Bruns, A.; Bahnisch, M. "Social Media: Tools for User-Generated Content: Social Drivers behind Growing Consumer Participation in User-Led Content Generation", Vol. 1, March 2009, p. 7

Социјалните медуми користат кориснички ориентирани Веб 2.0 технологии. Централно за концептот *Веб 2.0* е разбирањето на "мрежата како платформа" (web as platform) во која учествуваат сите, меѓутоа најважно место зазема крајниот корисник, како активен учесник во "колективната интелигенција". Со други зборови, се работи за различна, *кориснички ориентирана* филозофија на дизајнирање на веб-страните и веб-програмите, кои, користејќи технологии како Ajax, JavaScript, XML, RSS, се креираат како збирни места за крајните корисници, кои ги дополнуваат и употребуваат за најразлични цели: комуникација и социјализација, соработка во најразлични проекти, размена и публикување на писмени, сликовни и видео-содржини, споделување на врски од интересни веб-страни итн.

Социјалните медиуми користат технологии со висока скалабилност. *Скалабилноста* (scalability) на социјалните медиуми се однесува на способноста и капацитетот на технологијата за брзо прилагодување на поголем обем на работа, односно за оперирање со поголема количина на различни податоци. На пример, основниот вики-софтер на Википедија лесно може да се прилагоди да опслужува десет, илјада или пак милион статии, без притоа да има каква било загуба на енциклопедиски податоци. Со оваа компонента на оперативната дефиниција, на извесен начин, ги исклучуваме он-лајн форумите, на кои очигледно им се намалува популарноста. Сепак форумите, често се сметаат за рана форма на социјалните медиуми и не треба да се игнорираат во маркетингот на социјалните медиуми.

Социјалните медиуми им овозможуваат на корисниците да создаваат и разменуваат содржини, како и да остварат повеќедимензионална меѓусебна интеракција и соработка. Во фокусот на социјалните медиуми се корисниците. Користењето на Веб 2.0 е неопходен, но не доволен услов за една веб-страна да ја сметаме социјален медиум. Многу веб-страни користат вакви технологии без да направат напори да им овозможат на корисниците да формираат заедници и да се организираат меѓу себе. Така, на пример, голем број на веб-страни за патувања и за рецензии на производи имаат опции за корисниците да додаваат содржини, но не ги користат знаењата на постојните заедници. Исто така, голем број на страници за вести имаат опции за додавање коментари, но не овозможуваат долготрајна интеракција меѓу корисниците.

Често терминот "социјална мрежа" се користи како синоним за социјален медиум, но се работи за погрешно изедначување. Социјалните мрежи се "веб-базирани сервиси кои им овозможуваат на поединците да (1) конструираат јавен или полу-јавен профил во рамките на ограничен систем, (2) артикулираат листа на други корисници со кои споделуваат конекција, и (3) гледаат или прегледуваат преку нивната листа на конекции и преку

листите направени од другите во рамките на системот."[9] Всушност, терминот ги опфаќа екстремно популарните веб-страни во масовна употреба, од типот на Facebook, MySpace итн. така што разбирливо е тоа што јавноста ги изедначува социјалните мрежи и социјалните медиуми. Но, поадекватно е да се каже дека социјалниот медиум е поширок поим од социјалната мрежа[10], бидејќи во него се опфатени и други Веб 2.0 веб-страни како платформи за микроблогирање, за размена на содржини, итн.

2. Значење на социјалните медиуми

Тим Бернерс-Ли, човекот заслужен за создавањето на WWW (World Wide Web), на еден симпозиум на Масачусетскиот Институт за Технологија (MIT) во 1995 година изјавил: "Сонував (и сé уште сонувам) дека мрежата може помалку да биде телевизиски канал, а повеќе интерактивно море од споделено знаење. Замислувам како нè потопува како топла, пријателска околина направена од нештата што ние и нашите пријатели сме ги виделе, чуле, поверувале или сфатиле. Би сакал да ги зближи нашите пријатели и колеги, така што работејќи на ова знаење заедно би можеле подобро да се разбираме".[11] Денес, со појавата и експлозивниот раст на социјалните медиуми, се чини, поблиску сме до оваа визија.

Социјалните медиуми, или како што уште се нарекуваат, "нови медиуми", се релативно нов феномен и предмет на многубројни расправи и дебати на повеќе научни полиња, а особено во комуникологијата и новинарството, и секако маркетингот и промоцијата. Влијанија се регистрираат и врз политичкиот и секојдневниот живот. Статистиките за растот на социјалните медиуми се навистина импозантни. На пример, едно од главните мерила за раст на одреден медиум се годините потребни да се достигне публика од 50 милиони корисници. Познато е дека на радиото му биле потребни 38 години за да ја достигне оваа бројка, на телевизијата 13 години, додека на интернетот само 4 години.[12] Facebook, веројатно најпознатата и најпопуларна социјална мрежа, во последниот извештај, објави дека има 500 милиони корисници, [13] а истражувањата покажуваат дека

[9] Boyd, M.; Ellison, N. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", Michigan State University", 2007, p. 1
[10] Blossom, J. *Content Nation. Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Life and Our Future,* Wiley Publishing, 2009, p. 30
[11] Berners-Lee, T. "Hypertext and Our Collective Destiny", Talk at Bush Symposium, October 12, 1995 (http://www.w3.org/Talks/9510_Bush/Talk.html - посетено на 13 октомври 2010)
[12] *Mediaweek*: "Why Internet Advertising,", 5 May, 7 (18), p. 8-12
[13] *Facebook:*Statistics (http://www.facebook.com/press/info.php?statistics - посетено на 13 октомври 2010)

има стапка на раст која се ближи до еден милион корисници дневно.[14] Веќе станаа вообичаени коментарите дека Facebook ќе стане "најнаселена држава на целиот свет".

А тоа е само дел од огромниот мозаик на најразновидни социјални медиуми за секакви намени, користени од најразлични профили на луѓе. Twitter, платформа за микроблогирање има дури и поголема стапка на раст од Facebook. LinkedIn, социјална мрежа за размена на професионални податоци (работно искуство, CV, итн.), има 80 милиони корисници,[15] од 200 земји во светот, и веќе е редовна дестинација за организациите при регрутирањето на нови кадри. YouTube, популарната веб-страна за размена на видео-содржини меѓу корисници, има повеќе од милијарда посети дневно.[16] Повеќе од пет милијарди слики корисниците подигнале на веб-страната за споделување на фотографии Flickr,[17] но тоа е сепак малку во споредба со милијардите фотографии кои се подигнуваат на Facebook секој месец. Википедија (Wikipedia), он-лајн енциклопедија каде уредници се самите читатели на содржините, има милиони статии на сите јазици од светот. Според агенцијата за маркетинг истражување, бројот на блогови (лични и/или едноставни веб-страни кои лесно ажурираат) се ближи до 130 милиони.[18] Симболично, познатото списание Time кое во своето декемвриско издание избира личност на годината, за личност на 2006 го избра "Вие" (You) со насловна страница која прикажува компјутер свртен накај гледачот и со текстот: "Да, Вие. Вие го контролирате Информациското доба. Добредојдовте во Вашиот свет."[19]

Очигледен е впечатокот дека корисниците во голема мера се вклучуваат во создавањето и размената на интернет содржини и дека се работи за нова ера на интернет комуникациите. Всушност, ако се погледне табелата на десетте најпосетени веб-страни на интернет, може да се забележи дека пет од нив се "чисти" социјални медиуми, еден е комбиниран, предоминантно социјален медиум (QZone), додека четири се интернет пребарувачи (табела 1.).

[14] *Brand Republic:* Macmillan, G. "Facebook close to 400m users as growth accelerates", 5 February,
2010 (http://community.brandrepublic.com/blogs/gordons_republic/archive/2010/02/05/facebook-close-to-400m-and-redesigns.aspx - посетено на 13 октомври 2010)
[15] *LinkedIn:* About Us (http://press.linkedin.com/about - посетено на 13 октомври 2010)
[16] *New York Times*: "YouTube: We're Bigger Than You Thought", 9 November, 2009
(http://bits.blogs.nytimes.com/2009/10/09/youtube-were-bigger-than-you-thought/?hp - посетено на 13 октомври 2010
[17] *Flickr.*(http://blog.flickr.net/en/2010/09/19/5000000000/ - посетено на 13 октомври 2010)
[18] *BlogPulse* (http://www.blogpulse.com/ - посетено на 13 октомври 2010)
[19] *Time:* Grossman, L. "Time's Person of the Year: You", 13 December, 2005
(http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html - посетено на 13 октомври 2010)

Разбирливо, вакви масовни феномени се предмет на интерес на разни комуниколошки анализи, кои главно ентузијастички ѝ пристапуваат на "револуцијата на социјалните медиуми": "Феномените како MySpace, Facebook, flickr, 43Things, Technorati, и del.icio.us не се само веб-страни, тие се динамични он-лајн заедници каде се формираат распространети и вибрантни мрежи на интеракција. Сега, оваа нова генерација на млади корисници го носат истиот интерактивен етос во секојдневниот живот, вклучувајќи ја работата, образованието и потрошувачката."[20] Се работи, имено, за комплетна промена на комуникациската парадигма, односно нејзина демократизација – секој интернет корисник има алатки со кои лесно може да сподели информации и да стапи во интеракција со огромен број други интернет корисници – нешто што досега било возможно само преку традиционалните медиуми во сопственост на мал број на луѓе - како на пример, телевизиите. На пр., во областа на новинарството, се погласни се пропонентите на т.н. "граѓанско новинарство" што претставува концепт каде јавноста и обичните граѓани "играат активна улога во процесот на собирање, известување, анализа и дисеминација на вести и информации".[21] Интернетот беше преполн со слики и написи направени од непрофесионални "новинари" на разни блогови и други социјални медиуми за време на терористичкиот напад на САД на 11 септември 2001, цунамито во Југоисточна Азија во 2004, итн. Постојат и веб-страни кои сите овие информации ги централизираат, како, на пример The Huffington Post и други кои "го враќаат новинарството во времето на раниот расцут на весници во 18-тиот и 19-тиот век, кога новите евтини технологии им овозможиле на најразлични луѓе да издаваат локални журнали со вести и ставови."[22] Речиси сите поголеми весници бележат пад на тиражите[23], но, и покрај некои радикални тврдења, тешко е веројатно дека професионалното новинарство ќе исчезне во блиска иднина, туку веројатно ќе биде надополнето од социјалните медиуми со нови квалитети (уредничка децентрализација, помала цензура, поголема разноликост на теми итн.).

	Веб-страна	**Веб-адреса**	**Тип на веб-страна**
1	Google	http://www.google.com/ (САД)	Интернет пребарувач
2	Facebook	http://www.facebook.com/ (САД)	Социјален медиум за социјално вмрежување

[20] Tapscott, D.; Williams, A. *Wikinomics: How Mass Colaboration Changes Everything,* Portfolio, 2006, p. 36

[21] Bowman, S.; Willis, C. "We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information." *The Media Center at the American Press Institute* , 2003

[22] Blossom, J. *Content Nation. Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Life and Our Future,* Wiley Publishing, 2009, p. 75

[23] Weber, L. *Marketing to the Social Web*, Wiley Publishing, 2007, p. 7

3	YouTube	http://www.youtube.com/ (САД)	Социјален медиум за споделување видео содржини
4	Yahoo!	http://www.yahoo.com/ (САД)	Интернет пребарувач
5	Live/Bing	http://www.bing.com/ (САД)	Интернет пребарувач
6	Baidu	http://www.baidu.com/ (НР Кина)	Интернет пребарувач (музика и видео)
7	Wikipedia	http://www.wikipedia.org/ (САД)	Социјален медиум за создавање енциклопедиски содржини
8	Blogger	http://www.blogger.com/ (САД)	Социјален медиум за создавање блог содржини
9	Twitter	http://www.twitter.com/ (САД)	Социјален медиум за микроблогирање
10	Tencent QQ	http://www.qq.com/ (НР Кина)	Интернет портал, пораки за мобилни телефони, социјален медиум (QZone)

Табела 1. Десет најпосетени веб-страни според Alexa. Социјалните медиуми се означени со сива позадина. Извор: http://www.alexa.com/topsites/global

Во бизнисот и економијата, пак, реакциите на промените кои се случуваат во комуникациското поле се спротиставени. Од една страна, постои еден голем блок ентузијасти кои веќе "проповедаат" дека Веб 2.0 технологијата овозможува една нова економија радикално различна од старата, сметајќи дека "ние сме сведоци на преткајувањето на социјалното, политичкото и економско ткиво кое ја обвиткува нашата планета, со долгорочни последици што се исто толку или подлабоки од оние на индустриската револуција".[24] Често се појавуваат неологизми кои би требало да ја означат новата економија, како на пример термините бизнис 2.0 (business 2.0), претпријатие 2.0 (enterprise 2.0) социјалномијата (socialnomics)

[24] Tapscott, D.; Williams, A. *Wikinomics: How Mass Colaboration Changes Everything,* Portfolio, 2006, p. 59

на Квалман[25], нацијата на содржини (Content Nation) на Блосом[26], викиномијата на Тапскот и Вилијамс (wikinomics)[27], итн. Секојдневно се анализираат можностите за имплементација на социјалните медиуми и соработката која тие ја овозможуваат за бизнис цели. На пример, актот на пренесување на некои задачи кои традиционално се извршуваат од вработените на организацијата, на голема група или заедница, преку отворен повик се нарекува "crowdsourcing".[28] Од друга страна, пак, скептиците сметаат дека се работи за претераност и еден вид на технолошки утопизам, кој може да биде со штетни последици врз економијата. Влијателниот лондонски магазин Economist веќе пред неколку години предупреди на "меур 2.0" (bubble 2.0), алудирајќи на падот на берзата во 2001 кога се случи пукањето т.н. "дот-ком меур", т.е. паднаа акциите на огромен број на компании кои својот успех го базираа повеќе на очекувања, а помалку на реални и проверени бизнис модели.[29]

Во секој случај, влијанието на социјалните медиуми врз маркетингот, а особено врз промоцијата, како негов составен и интегрален дел е реално и значајно. Менаџерите на организациите од најразличен вид – компании, политички партии и невладини организации крајно сериозно им пристапуваат на новите тенденции на сè поголема еманципација на корисниците, т.е. потрошувачите (customer empowerment). Маркетингот на социјалните медиуми (Social Media Marketing) зазема сè поголем залет, особено во западните земји, и веќе се претвора во специјализирана гранка на промотивната индустрија, каде аналитичари и експерти ја сугерираат најоптималната стратегија за он-лајн промоција на социјалните медиуми. Во извештајот на e-Marketer се предвидува средствата вложени во огласување и маркетинг на социјалните медиуми континуирано да растат во следниве години и во 2013 да достигнат 3,49 милијарди долари[30]:

[25] Qualman, E. *Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business,* Wiley Publishing, 2009

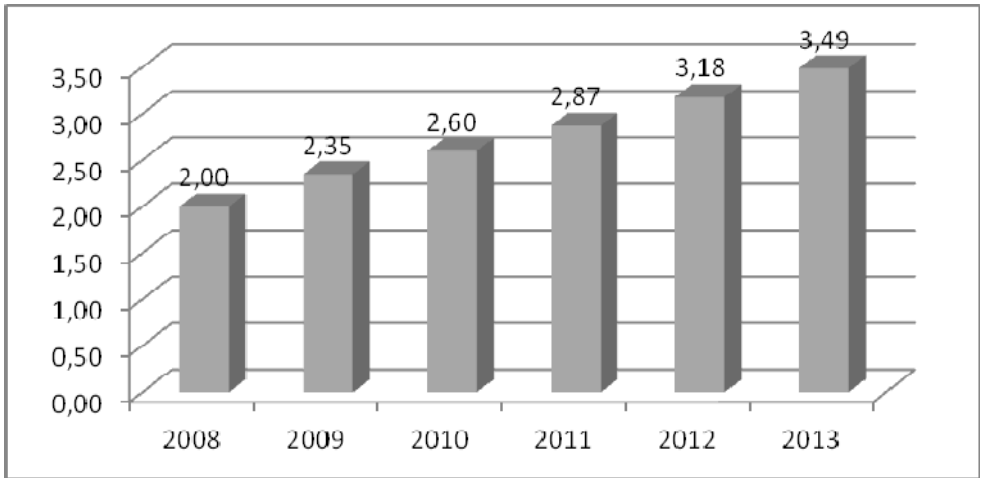
[26] Blossom, J. *Content Nation. Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Life and Our Future,* Wiley Publishing, 2009

[27] Tapscott, D.; Williams, A. *Wikinomics: How Mass Colaboration Changes Everything,* Portfolio, 2006

[28] Crowdsourcing е неологизам кој се добива од англиските зборови crowd (толпа) и sourcing. Успешно го применуваат повеќе успешни светски компании. Фармацевтските компании, на пример, ја употребуваат социјалната платформа InnoCentive за добивање на формули за нови лекови и препарати.

[29] *The Economist*: "Business and the internet: Fears of another internet bubble", 22 September 2005

[30] *eMarketer:* "Social Network Ad Spending: 2010 Outlook", December 2009 (http://www.emarketer.com/Report.aspx?code=emarketer_2000621 - посетено на 13 октомври 2010)



Слика 1. Прогноза: Средства вложени во маркетинг на социјалните медиуми, на светско ниво (во милијарди $). Извор: *e-Marketer*

Секако ова се само предвидувања, и бројките обично флуктуираат, најчесто нагоре. Истражувањата пак, на т.н. латентна побарувачка, што во основа се однесува на *крајниот потенцијал* на социјалните медиуми за остварување приходи, покажуваат дека латентната побарувачка на огласување на социјалните медиуми до 2013 ќе нарасне на нешто помалку од 24 милијарди долари.[31]

3. **Заклучок**

Значи, социјалните медиуми стануваат масовни и ќе предизвикаат радикални промени во промотивниот микс на организациите: сè поголем дел од финансиските средства предвидени за огласување организациите ќе одвојуваат за он-лајн промоција, а од неа сè поголем процент ќе се одвојува за социјалните медиуми. Сепак, најизразените промени во комуникациската стратегија на организациите, нема да бидат во квантитативна, туку во квалитативна смисла, одразени во целосна промена на основниот комуникациски процес и филозофија.

[31] Parker, P. "The 2009-2014 World Outlook for Advertising for Social Media Web Sites", Icon Group, 2009, p.5

CONCEPT AND SIGNIFICANCE OF SOCIAL MEDIA

Abstract

The work determines the notion and the definition of social media, and represents a review of social media significance and role in society, business, and marketing.

Keywords: social media marketing, social media, social network, internet marketing

Литература и веб-страни

1. Eley, B.; Tilley, S. *Online Marketing Inside Out*, SitePoint Pty. Ltd., 2009
2. Evans, D. *Social Media Marketing: An Hour a Day*, Wiley Publishing, 2008, 2005
3. Blossom, J. *Content Nation. Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Life and Our Future,* Wiley Publishing, 2009
4. Tapscott, D.; Williams, A. *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything,* Portfolio, 2006
5. Weber, L. *Marketing to the Social Web*, Wiley Publishing, 2007
6. Qualman, E. *Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business,* Wiley Publishing, 2009
7. Bruns, A.; Bahnisch, M. "Social Media: Tools for User-Generated Content: Social Drivers behind Growing Consumer Participation in User-Led Content Generation", Vol. 1, March 2009
8. Parker, P. "The 2009-2014 World Outlook for Advertising for Social Media Web Sites", Icon Group, 2009
9. Boyd, M.; Ellison, N. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", Michigan State University", 2007
10. Berners-Lee, T. "Hypertext and Our Collective Destiny", Talk at Bush Symposium, October 12, 1995 (http://www.w3.org/Talks/9510_Bush/Talk.html)
11. *eMarketer:* "Social Network Ad Spending: 2010 Outlook", December 2009 (http://www.emarketer.com/Report.aspx?code=emarketer_2000621)

12. Bowman, S.; Willis, C. "We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information." *The Media Center at the American Press Institute* 2003
13. Kaplan M.; Haenlein M. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media", *Business Horizons*, Vol. 53, Issue 1, 2010
14. *The Economist*: "Business and the internet: Fears of another internet bubble", 22 September 2005
15. *Mediaweek*: "Why Internet Advertising,", 5 May, 7 (18)
16. *Brand Republic* (http:// brandrepublic.com)
17. *Linkedin* (http://linkedin.com)
18. *Facebook:* (http://www.facebook.com)
19. *Flickr* (http://www.flickr.com)
20. *New York Times*: (http://www.nytimes.com)
21. *BlogPulse* (http://www.blogpulse.com/)
22. *Time* (http://www.time.com/)

336.761.5/.6 : 303.42

Асс. м-р. **Наталија КАРАМАНОВА**

ПОИМ, ЗНАЧЕЊЕ И УЛОГА НА ТЕХНИЧКАТА АНАЛИЗА НА АКЦИИ

Апстракт

Техничката анализа претставува облик на анализа на пазарот на хартии од вредност заснована на проучување на цените и обемот на тргување. Со употреба на одговарачки методи, целта на техничката анализа е идентификување на ценовните трендови на пазарот на акции, фјучерси или валути. Со една реченица, техничката анализа е процес со кој врз основа на движењето на цените на акциите во минатото, се формулира став за идните текови.

Под поимот методи на техничка анализа се обединуваат сите оние методи кои се користат во процесот на следење на цените, а со една единствена цел-што е можно појасно согледување на тековите на случувањата. Во таа група спаѓаат разнородни, главно статистички методи, меѓу кои најпопуларни се: следење на трендот, употреба на движечки просеци, препознавање на ценовните контури, пресметување на индикаторите и осцилаторите како и анализа на циклусот.

Тоа што треба да се истакне е дека техничката анализа не е наука, барем не е во права смисла на зборот, и методите кои се користат многу често отстапуваат од конвенционалниот начин на нивна употреба. Предноста на овие методи е во релативно едноставната употреба, со цел за кратко време да дадат што појасна слика за движењето на цените и да се избегне употреба на комплексни, математички засновани методи. Причината за наведеново е едноставна и се огледува во динамиката на финансиските пазари, каде промените се случуваат во доста кратки временски рокови, така да брзината за донесување на одлуки е од суштинско значење.

Клучни зборови: *техничка анализа, цена, финансиски пазар, хартии од вредност*

1. Вовед

Техничката анализа претставува една од најстарите алатки за предвидување на цената на акциите. Историјата на техничката анализа може да се прегледа во записите на Чарлс Дау во списанието Вол Стрит Журнал. Но, нејзините основни концепти станаа популарни со статиите на Хамилтон во 1922 година и Реј во 1932 година.

Историјата на техничката анализа датира од пред стотици години. Може да се каже дека нејзините принципи произлегуваат од анализирањето на финансиските пазари во текот на тие изминати години. Најстариот познат метод на техничката анализа беше развиен од Хома Мунехиса во раниот 18 –ти век , кој понатаму еволуираше во, односно од кој произлегоа денеска добро познатите техники на свеќасти графикони.

Дау теоријата се базира на сите собрани записи од Чарлс Дау. Дау теоријата е формулирана од серијата на едиторијали на Вол Стрит Журнал авторизирани од Чарлс Х. Дау од 1900 сй до неговата смрт во 1902. Овие едиторијали ги одразуваат верувањата на Дау за тоа како треба да се однесува пазарот на акции и како пазарот треба да се користи за да се измери здравјето на бизнис опружувањето.Заради неговата смрт, Дау никогаш не ја публикувал неговата комплетна теорија за пазарите, но неколку негови следбеници и соработници имале објавено трудови кои ги проширале едиторијалите.

Други личности кои исто така се сметаат за пионери во техничката анализа се Ралф Нелсон Елиот и Вилијам Делберт Ган. Тие развија свои респективни техники во раниот 20-ти век.

Како и да е, во доцните 70-ти, со појавата на компјутерите започна и периодот на се поголемо користење на методите на техничката анализа, со тоа што се овозможи хипотезите и индикаторите да можат да се пресметаат и потоа повторно да бидат тестирани со цел да се открие нивното делување.

Пред да се започне со презентација на вистинските техники и алатки кои се користат во техничката анализа, она што треба прво да се направи е да се дефинира истата, да се каже нешто за филозофските претпоставки на кои таа се темели, и секако, јасно да се разграничи техничката од фундаменталната анализа.

Техничката анализа е процес на анализирање на минатите цени на хартиите од вредност со цел да се предвидат можните идни цени[1].Таа се концентрира на тоа зошто, кога и како да се пласираат пари во акции или да се продаваат акции. Таа определува оптимален тајминг за позиција и

[1] Ивановски, Зоран , *Хартии од вредност и портфолио менаџмент*, ЕУРМ, 2008, стр. 335

нејзините заклучоци се однесуваат на тоа, колку долго да се остане во одредена инвестициона зделка. Ова е значајно за одреден вид на дериватни структури кои некого можат да го одведат во позиција. Во секој случај техничката анализа е поприфатлива за инвеститорите на активното портфолио менаџерство. Веќе е споменато дека инвестиционата политика и пристап може да биде активна или пасивна. Пасивната се однесува на оние инвеститори кои инвестираат во вредности и за кои е карактеристичен пристапот – "купи и чувај". Активните инвеститори повеќе се насочени кон приходни зделки, односно кон инвестициона политика: "купи евтино - продај скапо".

2. Претпоставки на кои се темели техничкиот пристап

Техничкиот пристап се темели на три претпоставки[2]:

1. Пазарните движења ги земаат во предвид сите достапни информации
2. Цените ги следат трендовите
3. Историјата се повторува

1.Тврдењето дела пазарните движења ги земаат во предвид сите достапни информации е камен темелник на техничката анализа. Доколку значењето на оваа прва претпоставка не биде во потполност разбрано, тоа што следи понатаму нема да има преголема смисла. Техничарот верува дека сé она што може потенцијално да влијае врз цената – фундаментално, политички, психолошки или на било кој друг начин- веќе се одразува во пазарната цена. Токму заради тоа, единствено нешто што е потребно да се истражи е движењето на цените.Она што техничарот го тврди е дека ценовните движења се одраз на промените на понудата и побарувачката. Ако побарувачката ја надминува понудата, цената мора да порасне. Ако понудата ја надминува побарувачката, цената мора да падне. Овој образец е темел на сите економски и фундаментални предвидувања. Техничарот го разбира овој образец на спротивен начин и доаѓа до заклучок дека ако цените растат заради било која специфична причина, побарувачката мора да ја надмине понудата со тоа што и фундаменталните вредности ќе растат. Ако цените паднат, истото ќе се случи и со фундаменталните вредности. Последниот коментар во врска со фундаменталните вредности не би требало да звучи изненадувачки во контекст на техничката анализа. На крај, техничарот индиректно ги анализира фундаменталните вредности. Поголем број на техничарите ќе се сложат дека

[2] Мурпхs, J. Јохн : *Тецхницал аналысис оф тхе финанциал маркетс*, Нењ Sорк институте оф финанце, 1999, стр.2

инхерентното влијание на понудата и побарувачката, предизвикува раст или пад на пазарните вредности. Графиконите сами од себе не предизвикуваат раст или пад на пазарните вредности. Тие само ја одразуваат моменталната психолошка состојба на пазарот.

Како правило, графичонистите не ги бараат причините заради кои цените растат или опаѓаат. На почетокот при формирањето на ценовниот тренд никој не знае зошто пазарот се однесува на одреден начин. Иако понекогаш техничкиот пристап се чини преедноставен, логиката која стои позади првата претпоставка,дека пазарот ги зема во предвид сите достапни информации, станува сé поуверлива. Со анализа на графиконите кои ја прикажуваат цената како и големиот број на технички показатели, графичонистот му дава можност на пазарот-самиот тој да го информира во која насока најверојатно ке тргне, но нема намера да го надмудри истиот. Тој е свесен дека постојат причини заради кои пазарот расте или опаѓа. Но, тој не верува дека осознавањето на тие причини е навистина потребно во процесот на предвидување на цените.

2. Концептот на трендот е апсолутно неопходен за техничкиот пристап. Целата смисла на прикажувањето на движењето на цените на графиконите е да се идентификуваат трендовите во рана фаза на развој со цел тргување во насока на тие трендови. Всушност, најголем број на техники кои се користат во овој пристап ги следат трендовите, што значи дека нивната намера е да ги препознаат и следат постоечките трендови. Нужната последица на претпоставката дека цените се движат спрема трендовите е дека моменталниот тренд е поверојатно дека ќе продолжи отколку да се промени. Друг начин на кој може да се донесе истиот заклучок е дека моменталниот тренд кој се одвива ќе продолжи во истата насока се до моментот додека истиот не се промени. Целокупниот пристап во однос на следење на трендот е максимално да се искористи моменталниот тренд се до моментот додека истиот не се промени.

Графикон 1. – Моментален тренд



Извор: http://media.photobucket.com

3. Историјата се повторува. Голем дел од техничката анализа и анализата на пазарните движења се однесува на проучување на човечката психологија. На пример обрасците кои се појавуваат на графиконите, кои се идентификувани и категоризирани во последните стотина години одржуваат определени слики кои постојано се појавуваат на ценовните графикони. Тие слики го откриваат растечкото или опаѓачкото психолошко расположение на пазарот. Со оглед на тоа дека тие обрасци служеле добро во минатото, се претпоставува дека ќе служат исто толку добро и во иднина. Тие се темелат на анализирањето на човечката психологија која нема изразена тенденција за промени. Друг начин на кои може да се истакне заклучок во однос на повторувањето на историјата е тоа дека клучот за разбирање на иднината лежи во минатото,односно иднината е само повторување на минатото.

3. Разлика меѓу фундаментална и техничка анализа

Финансискиот инвеститор избира хартии од вредност помеѓу огромниот број различни видови хартии од вредност и помеѓу хартиите од ист род, како и помеѓу држењето на својот имот во други помалку ризични нефинансиски имоти: недвижности, злато, девизи или готовина. За да може да изврши избор,тој мора да знае да ги разликува хартиите од вредност според нивната вредност и добитност, па конечно и ризичност. Тој, исто така треба да има план за сопствената ризична и доходовна позиција и да знае многу за сите видови ризици што го демнат во економијата, во поедина гранка или сектор од економијата или во странската земја (доколку учествува инвестиционо или деловно и на странски пазари). Овие стратегии вклучуваат движење помеѓу ризичните имоти, како што се акциите или обврзниците, и помалку ризичните краткорочни хартии од вредност, како што се трезорските записи засновани на "технички,, , "фундаментални,, или "квантитативни,, анализи.

Редуциран на неговата главна поента, логиката на избор (или пазарниот тајминг) значи "купување евтино и продавање скапо,,[3] . Но,се поставува прашањето како да се определи кога некоја акција е евтина, а кога скапа? Скапото и евтиното се релативни поими. Тоа што за некого е скапо, за друг е евтино и тоа што некогаш било скапо, во друго време може да биде евтино. Вредноста е нешто што постои во мислите на луѓето[4]. Одговорот лежи во сè уште неодговорената загатка поставена од голем број економски мислители: Аристотел, Адам Смит, Рикардо, Бем-Баверк,Џевонс, Парето. До денес, никој не го нашол одговорот. Идентификување на тоа што е високо

[3] Тоа е модификација на познатата максима на баронот Ротшилд "купувај акции кога тие се ефтини,а продавај ги кога се скапи,,

[4] Arnold Bernhard, *The Valuation of Listed Stocks*, Financial Analysts Journal, март-април, 1949

или превреднувано наспроти ниско или потценето е исклучително тешка и комплицирана работа.

Како и да е, заклучокот е дека пазарот во целина е непредвидлив, но не и поединечните движења на пазарите на посебни хартии од вредност, особено доколку се развие механизам и методологија за проникнување на фундаменталните елементи и пазарната логика.

Но, како техничките аналитичари ја бранат својата теорија и ги објаснуваат предностите на техничката анализа во однос на фундаменталната анализа.

Фундаменталната анализа се фокусира на економските сили на понудата и побарувачката кои ги движат цените нагоре, надолу или ги држат на исто ниво. Фундаменталниот пристап ги набљудува сите релевантни фактори кои влијаат врз цената со цел да се одреди внатрешната вредност на еден пазар. Доколку оваа внатрешна вредност е под сегашната пазарна цена, во тој случај пазарот е преценет и акциите треба да се продадат. Доколку пазарната цена е под внатрешната цена во тој случај треба да се набават овие акции и да се очекува нивната цена по извесен период да порасне.

Техничката анализа се концентрира на пазарните акции преку читање на графикони (чартирање) со помош на кои се определува идниот тренд на движењето на вредноста на акциите. Фундаменталната анализа ги изучува причините за одредено движење на цените, додека пак техничката анализа се концентрира на ефектите од ваквите промени во цените[5].

Целта на двата приоди е иста – да се предвиди идната насока на движење на цените на акциите. Во минатото најголем број од инвеститорите во акции се изјаснуваа дека тргуваат врз основа на една од двете теории, односно дека најчесто користат само еден вид на анализа – или техничка или фундаментална.

Меѓутоа во реалноста постои заемно надоврзување на овие две теории и во последно време се поголем е бројот на "фундаменталистите" кои имаат солидно познавање на техничката анализа. На друга страна сé поголем е бројот на техничките аналитичари (аналитичарите кои со помош на графикони ги предвидуваат идните движења на цените) кои имаат сé поголем интерес за фундаменталните принципи при анализата на хартиите од вредност. Проблемот се појавува кога анализите на графиконите и фундаменталните анализи се конфликтни едни на други.

Обично фундаменталните аналитичари на почетокот на одредени пазарни движења не објаснуваат што се случува на пазарот и кои се

[5] http://www.investopedia.com/university/technical/techanalysis2.asp

причините за промените[6]. Во овие почетни моменти на одредено пазарно движење проценките на техничките и фундаменталните аналитичари се разликуваат, за по извесно време нивните ставови да се синхронизираат, иако тоа обично се случува предоцна за трговецот да може да делува навремено.

Едно од објаснувањата за овие разлики може да биде претпоставката дека пазарната цена обично управува со фундаментални карактеристики, односно пазарната цена делува како главен индикатор на фундаменталните карактеристики. Додека познатите фундаментални индикатори се веќе вкалкулирани во пазарната цена, цените сега се менуваат во зависност од непознатите индикатори. Едни од најголемите мечкини и бикови пазари[7] во историјата на светското тргување започнале со многу мали и незабележливи промени во фундаменталните индикатори. Со тек на време овие непознати индикатори се разоткривале и го оформувале новиот тренд во промената на цените.

Со тек на време техничките аналитичари ја зголемувале довербата за нивната способност да ги читаат графиконите. Техничките аналитичари обично одат наспроти трендот и уживаат да бидат во малцинството, што значи дека најчесто нивните анализи се разликуваат од најголемиот број вложувачи во берзата. Тие за разлика од останатите трговци, не чекаат дополнителна потврда на своите анализи, туку дејствуваат независно од другите.

Според ова, доколку инвеститорот треба да одлучи кој од овие пристапи ќе го употребува, поверојатно е дека би го избрал техничкиот пристап под претпоставка дека фундаменталните индикатори веќе се вкалкулирани во пазарната цена.

Во последно време техничката анализа се сфаќа како поедноставена форма на фундаменталната анализа, меѓутоа обратната констатација не е точна бидејќи фундаменталната анализа не вклучува изучување на промените на цените. Тргувањето исклучиво врз основа на техничката анализа е многу поедноставно отколку тргувањето само врз основа на фундаменталната анализа.

[6] Stevens, Leigh: *Essential technical analysis: tools and techniques to spot market trends*, John Wiley and Sons, 2002,стр.7

[7] Мечкин пазар - е метафоричен израз на тренд на опаѓање на цените на хартиите од вредност на пазарот. Биков пазар - е метафоричен опис на пазарот на долгорочни хартии од вредност кога цените се во тренд на пораст.

3.1.Флексибилност и адаптибилност на техничката анализа

Една од големите предности на техничката анализа е нејзината адаптибилност во однос на скоро секоја пазарна околина и временска димензија[8]. Скоро и да нема област на тргување (без разлика дали станува збор за акции или фјучерси) каде овие принципи не се употребуваат.

Тврдењето дека изготвувачот на графикони може многу лесно да следи поголем број на пазари не е поддржано од страна на фундаменталистите. Токму заради огромната количина на информации со која треба да се справат, повеќето од фундаменталистите преферираат да се специјализираат односно усовршат. Во овој случај предностите не треба да се игнорираат.

Прво, пазарот минува низ активни и помалку активни периоди, фази во кои се случуваат и не се случуваат движења на истиот. Техничарот може да го сконцентрира неговото внимание и средства на оние пазари кои покажуваат силни движечки тенденции и да одбере да ги игнорира останатите. Како резултат на тоа, чартистот може да ги сврти неговото внимание и средства со цел да ја искористи променливата природа на пазарите. Понекогаш, пак, одредени пазари стануваат премногу привлечни и во нив се случуваат доста значајни трендови. Обично, после ваквите периоди следат тивки и релативно мирни пазарни услови, но се додека не бидат превземени од друг пазар. Техничарот може слободно да одбере, додека фундаменталистот, особено оној кој преферира да специјализира во одредена област, ја нема таа можност за толкава флексибилност. Дури и ако имаат можност да ја променат групата, сепак, нив би им било доста потешко за разлика од техничарот.

Друга предност која што ја има техничарот е „големата слика“. Со самиот факт што ги следи сите пазари, тој има одлично познавање во врска со тоа што се случува генерално на истите избегнувајќи ја онаа ограниченост,која може да се случи заради следење на само една група на пазари. Исто така, заради фактот што повеќето пазари имаат внатрешни економски врски и реагираат на слични економски фактори, ценовните придвижувања можат да овозможат значајни докази во однос на идната насока кон која ќе се движи пазарот.

3.2. Разграничување на поимите техничар и графиконист

Постојат неколку различни титули кои се однесуваат на практикантите на техничкиот пристап: технички аналитичар, чартист или

[8] Според книгата: Murphy, J. John : *Charting Made Easy*, Marketplace Books, 2000

графиконист, пазарен аналитичар. Се до неодамна, тие значеа едно исто. Но, со специјализацијата во одредено поле, стана и повеќе под потребно да се направи понатамошна дистинкција и термините да се дефинираат повнимателно[9]. Бидејќи во принцип секоја техничка анализа до последнава декада се базираше на употреба на графикони, термините техничар и графиконист имаа исто значење. Тоа повеќе не мора да биде така. Широката област на техничката анализа ги подели практикантите на две области и тоа: традиционални графиконисти и статистички техничари. Во секој случај овде имаме големо преклопување и токму затоа тие ги комбинираат двете области. Како и во случајот на техничарот наспроти фундаменталистот, повеќето изгледа како да се мешаат од една категорија во друга.

Без разлика дали традиционалниот техничар работи доста повеќе со цел надградување на неговата анализа, графиконите остануваат примарната алатка за работа. Сé друго е секундарно. Успехот зависи најмногу од способностите на графиконистот. Терминот "уметничко картирање,, многу често се употребува бидејќи самото читање на графиконите во најмала рака претставува еден вид на уметност.

За контраст, статистичкиот аналитичар ги квантифицира овие субјективни принципи, ги тестира и користи за цел создавање на механички систем за тргување. Овој систем или уште наречен модел, понатаму се програмира во компјутер кој генерира механички "купи и продај,, сигнали. Овие системи варираат од едноставни до доста комплексни. Како и да е, намерата е да се редуцира или комплетно елиминира субјективниот човечки елемент во процесот на тргување. Овие статистичари можат но не мораат да ги користат графиконите во текот на нивното работење, но се сметаат за техничари се додека нивната работа е ограничена на истражување на движењата на пазарот.

Дури и компјутерските техничари можат да бидат поделени на оние кои ги преферираат механичките системи или пристапот на "црна кутија,, , и на оние кои ја користат компјутерската технологија за развивање на подобри технички индикатори. Втората група ја има контролата врз интерпретацијата на овие индикатори и во процесот на донесување на одлуки.

Еден од начините за разликување на графиконистот и статистичарот е да се каже дека графиконистите се техничари, но не сите техничари се графиконисти. Тоа што треба да се запамети е дека картирањето претставува само еден дел од големата област наречена техничка анализа.

[9] http://knowledgebase.mta.org/?fuseaction=kb.resource&kbDomainID=605E8B45-9428-D34F-D5701475E5515543&kbResourceID=F428A143-A78B-0CD8-3125E2C43571EB39

4. Критички осврт кон техничкиот пристап

На бројни места во литературата може да се сретне пораката: "*никогаш немојте во потполност да се потпрете на техничката анализа за време на донесувањето на вашите инвестициони одлуки,,*. Многубројните критичари на техничката анализа тврдат дека е невозможно да се предвиди идното движење на цените, доколку ги користиме цените од минатото. Тие докажуваат дека анализата на самото тргување не овозможува доволно податоци врз основа на кои може да се оцени способноста на компанијата да им обезбеди средства на своите акционери. Но, доколку се постави една аналогија, кардиологот ја следи работата на срцето во минатото преку ЕКГ цртежот и на тој начин ги определува неговите перформанси и би можел да ја предвиди состојбата на пациентот во иднина, а метеоролозите вршат предвидување на временските услови користејќи разни методи кои вклучуваат и модели кои се однесуваат на однесувањето на временските услови во минатото. А инвеститорите секојдневно се потпираат на проценките на овие стручњаци.

Првиот чекор во прогнозирањето на деловната економија или економијата во иднина се состои од присобирање на претпоставките од минатото. Анализата со помош на графиконите не е ништо друго, туку анализа на временски серии. Видовите на податоци со кои секој мора да продолжи понатаму да работи се единствено податоците од минатото.

Обидите да се предвидат тековите на движењето на цените на акциите не се секогаш успешни, бидејќи и самиот пазар е непредвидлив. Без оглед на многубројните настојувања да се открие тајната алхемија на берзите, и без ризик да се утврди степенот и насоката на промената на цените на акциите, цените сепак остануваат надвор од контрола.

Во секоја дискусија поврзана со техничката анализа,постојат неколку прашања кои се истакнуваат. Едно од прашањата кои се земаат во предвид е она кое се однесува на техничката анализа како еден вид на претскажување. Другото прашање е поврзано со тоа дали минатите информации поврзани со цените можат да се искористат за да се предвиди идната насока на истите. Обично критичарите истакнуваат : „Графиконите можат да ни кажат каде се наоѓал пазарот во минатото, но не можат да кажат како ќе се движи истиот во иднина". Да се остави на страна за момент очигледниот одговор дека од графиконот не може да се добие никаква информација доколку не се знае како истиот да се прочита. Теоријата на случаен од обрнува внимание на прашањето дали цените воопшто се придвижуваат и искажува несигурност во однос на тоа дека секоја техника на предвидување може да ја победи обичната "купи и продај,, стратегија.

4.1. Техничката анализа и теоријата на “случаен од„.

Теоријата на “случаен од„ развиена од страна на академската заедница, тврди дека промените во цените се “сериски независни„ и дека ценовната историја не е толку веродостоен индикатор за идниот правец кон кој ќе се движи цената[10].

Начинот на кој ќе се движи цената е случаен и непредвидлив. Теоријата е базирана врз ефективната пазарна хипотеза, која тврди дека цените флуктуираат случајно околу нивната внатрешна, односно вистинска вредност. Таа исто така го поддржува тврдењето дека најдобрата маркетинг стратегија која треба да се следи е едноставната“купи и чувај„ стратегија како спротивност на секој обид да се победи пазарот.

Иако постои одреден сомнеж во однос на тоа дека одредена количина на случајност или “врева„ постои на сите пазари, не е возможно да се поддржи верувањето дека сите ценовни движења се резултат на случајност. Ова може да биде една од оние области каде што емпириските опсервации и практичните искуства се докажале како далеку поуспешни отколку софистицираните статистички техники,кои се сметаат за способни за докажување на буквално се она што би ни дошло на памет или пак неспособни за побивање на истото[11]. Би било корисно да се запамети дека случајноста може да биде дефинирана само во негативна смисла, како неспособност да се откријат систематските шеми кои се однесуваат на движењето на цените. Фактот дека многу академски граѓани не успеале да го откријат присуството на тие шеми, не значи и дека тие навистина не постојат.

Оваа дебата во врска со тоа дали движењето на пазарите (насоката кон која се движат пазарите), не е во голем интерес на пазарниот аналитичар или трговец кој е приморан да се соочи со вистинскиот свет каде што движењата на пазарите е навистина очигледно. Како поддржувачите на оваа теорија го објаснуваат постоењето на овие трендови доколку цените се периодично независни, се мисли на тоа дека што се случило вчера, или изминатата недела нема никакво влијание врз тоа што би можело да се случи денес или утре?

На пример, дали постои стратегија за купување и продавање на пазарите на фјучерси во моментот кога тајмингот е толку круцијален? Дали треба да се задржат долгите позиции за време на мечкиниот пазар? Како трговците би ја знаеле разликата меѓу биков и мечкин пазар доколку цените се непредвидливи и немаат некој одреден правец, односно не се движат?

[10] Според книгата: Burton G. Malkiel: *A Random Walk Down Wall Street*, New York, 1999
[11] Darvas, Nicolas: *How I made $2000,000 in the stock market*, LYLE STUART, 1994 Стр.88

Всушност, како може воопшто и да постои мечкин пазар, затоа што во тој случај би се предизвикало придвижување?

Не е сигурно дека статистичките докази некогаш ќе ја докажат или отфрлат теоријата на случаен од. Како и да е, идејата дека на пазарите се е случајно е целосно отфрлена од техничката заедница. Доколку на пазарите навистина се е случајно, тогаш не би била потребна никаква техника за предвидување на истите. Ова е далеку од отфрлање на валидноста на техничкиот, хипотезата за ефективноста на пазарот е многу блиска до техничката хипотеза дека пазарот не зема сé во предвид. Научниците сметаат дека со оглед на тоа што пазарите набрзина ги отфрлаат информациите, во никој случај тие не би можеле да бидат злоупотребени. Основата на техничкото предвидување е дека значајните пазарни информации не се земаат во предвид при создавањето на пазарната цена и тоа далеку пред таа да биде позната.

Конечно, се смета дека единственото нешто што е фер е тоа да се разбере дека секој процес на прв поглед изгледа случаен и непредвидлив,но само за оние кои што не ги разбираат правилата по кои тој процес функционира. Функционирањето на пазарот може да изгледа како нешто случајно, но само за оние кои не биле во можност да ги проучат правилата на однесување на истиот. *Илузијата за случајност постепено исчезнува, како што се зголемува способноста за интерпретирање на графиконите*[12].

Заклучок

Скоро секој тргувач користи некоја форма на техничка анализа. Дури и најголемиот почитувач на пазарните основи (фундаменталс) ќе погледне брзо во пазарните графикони пред да изврши тргување. Со нивниот најосновен степен, овие графикони им помагаат на тргувачите да одредат идеални влезни и излезни точки за тргување. Тие овозможуваат визуелно претставување на историското движење на цената или на она што се проучува. Како такви, трговците можат да погледнат во графиконот и да знаат дали купуваат по фер цена (базирана на историјата на цените од одредениот пазар), продаваат на врвот на циклусот или можеби за тргувач. Зависејќи од нивниот степен на софистицираност, графиконите можат исто така да помогнат на понапредните истражувања на пазарите.

На површината, како да изгледа дека техничарите ги игнорираат основите на пазарот додека се опкружуваат со графикони и табели со податоци. Како и да е, техничкиот трговец ќе каже дека сите основи веќе се

[12] Murphy, J. John: *Technical analysis of the financial markets,* New York institute of finance, 1999, стр.21

застапени во цената. Тие не се толку загрижени дека природна катастрофа или ужасна инфлација ќе предизвика нов скок во цените, како што се загрижени за тоа како тоа движење на цената ќе се смести во модел или тренд. И уште повеќе во врска со ова, како тој модел може да биде искористен за да се предвидат идните цени.

Abstract

Technical analysis is a form of analyzing market encompassing supply and demand of securities according to the study of their prices and trading volume. Using the appropriate methods, technical analysis aims to identify price movements in the stock market, futures or currencies. In short, Technical analysis is the process but which future price movements are formulated according to the price history.

The term Technical Analysis method encompasses all the methods used in tracking prices aiming to clearly predict events. Many different methods, mainly statistical, are used in technical analysis, the most popular ones being: establishing and following trends, using moving average, recognizing price momentum, calculating indicators and oscillators, as well as cycle analysis. It is also necessary to point out that technical analysis is not a science in the true meaning of the term, and that methods it uses frequently deviate from the conventional manner of their use.

The main advantage of these methods is their relative ease of use, aiming to give as clear picture as possible of price movements, while at the same time avoiding the use of complicated and complex mathematical methods. The reason for this is simple and is reflected in the dynamics of financial markets, where changes occur during short periods of time and where prompt decision making is of vital importance.

Key words: *technical analysis, price, financial market, stocks*

Литература

1. Arnold Bernhard, *The Valuation of Listed Stocks*, Financial Analysts Journal
2. Burton G. Malkiel: *A Random Walk Down Wall Street*, New York, 1999
3. Darvas, Nicolas: *How I made $2000,000 in the stock market*, LYLE STUART, 1994
4. Murphy, J. John : *Charting Made Easy*, Marketplace Books, 2000
5. Murphy, J. John: *Technical analysis of the financial markets,* New York institute of finance, 1999
6. Stevens, Leigh: *Essential technical analysis: tools and techniques to spot market trends*, John Wiley and Sons
7. Ивановски, Зоран , *Хартии од вредност и портфолио менаџмент*, ЕУРМ, 2008
8. http://knowledgebase.mta.org/?fuseaction=kb.resource&kbDomainID=605E8B45-9428-D34F-D5701475E5515543&kbResourceID=F428A143-A78B-0CD8-3125E2C43571EB39
9. http://www.investopedia.com/university/technical/techanalysis2.asp

005.51 : 658.8

Асс. м-р **Наташа РИСТОВСКА**

МАРКЕТИНГ ПЛАНИРАЊЕ ВО ГЛОБАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА

Апстракт

Целта на овој труд е да се образложи улогата и значењето на процесот на глобално маркетинг планирање. Се овозможува разбирање на клучните фактори, суштината, процедурите и основите на современото маркетинг планирање за глобалниот пазар. Опфатени се методите на планирање и видовите на глобални маркетинг планови. Се потенцира разликата помеѓу националното и глобалното маркетинг планирање. Се објаснуваат чекорите и фазите кои ги вклучува процесот на маркетинг планирање во глобалните претпријатија. Во овој труд се дискутира и за предизвиците за ефективно планирање на маркетинг активностите во глобалните компании. Се илустрира практичната потреба и користа од глобално маркетинг планирање во насока на постигнување на целите на претпријатието.

Клучни зборови: *глобален маркетинг, маркетинг планирање, маркетинг план, глобално претпријатие, глобален пазар*

Вовед

Соочувајќи се со зголемена глобална конкуренција и ширење на пазарите, глобалните претпријатија ги менуваат своите маркетинг стратегии и ја прилагодуваат својата организациона структура. Нивните цели се однесуваат на засилување на конкурентноста и сигурно позиционирање за да успеат да ги капитализираат можностите на глобалниот пазар.

Скорешните студии на јужно - американски и европски компании покажуваат дека околу 75 проценти од претпријатијата го реорганизираат нивниот бизнис процес, најголемиот дел ги формализираат нивните програми за стратегиско планирање, а потребата за реализирање на конкурентска предност на база на трошоците се смета за најбитниот надворешен фактор кој влијае на нивните маркетинг стратегии. Ваквите

промени не се лимитирани само на големите глобални претпријатија туку можат да ги опфатат и малите и средните претпријатија.

Флексибилноста на малите претпријатија им овозможува да ја рефлектираат побарувачката на глобалните пазари и да ги предефинираат своите програми побрзо отколку глобалните претпријатија. Лесно е преземањето на глобална перспектива, но за нејзина реализација неопходно е планирање, организација и желба да се пробаат нови пристапи почнувајќи од воспоставување на договори за соработка до редефинирање на опсегот на своите активности. (Cateora & Graham 2008, стр. 312)

Анализа на проблематиката

Управувањето со глобалниот маркетинг се карактеризира со комплексност и мултидимензионалност. Комплексноста се гледа во неопходноста од координација и синхронизација на активностите на основа на кои треба да се одреди или постави маркетинг стратегијата односно стратегиското однесување на претпријатието на светскиот пазар. Според тоа, маркетинг менаџментот има двојна улога: да ги следи клучните стратегиски одлуки и правци на делување на претпријатието, а во исто време има одговорност и можност да влијае на нив. Мултидимензионалноста на глобалниот маркетинг менаџмент не се гледа само во стратегиското и оперативното дефинирање на маркетинг одлуките туку и во нивната интеракција и синхронизација со можните проблеми како резултат на неочекувани промени или интензивирање на влијанието на поединечни фактори на меѓународното маркетинг окружување, кои се познати, но тешко предвидливи (пр. технолошки иновации кај конкурентите, политички промени, M & A на конкурентски фирми).

Управувањето со глобалниот маркетинг подразбира планирање, организирање и контрола. Тие ги опфаќаат значајните аспекти на дефинирање, насочување и спроведување на глобалните маркетинг активности кои го карактеризираат стратегиското и оперативното делување на претпријатието. Нивниот профил е главно условен од концептот на глобален маркетинг на кој се заснова претпријатието. Профилот на маркетинг планирањето, проблемите и начинот на нивното решавање се разликуваат кај претпријатијата со глобален маркетинг пристап наспроти оние со извозна маркетинг ориентација. Разликите се должат на специфичностите и комплексноста на глобалното маркетинг одлучување и неговата адекватна поставеност и спроведување согласно целното окружување. (Jović 2006, стр. 148)

Планирањето и контролата може да се разгледуваат како два органско поврзани делови на глобалниот маркетинг менаџмент процес. Тоа не значи дека тие се одвоени од останатите елементи туку дека се работи за

два елементи кои се спроведуваат со иста постапка во интерактивно обратен редослед. Ако планирањето е подготовка за утре, тоа подразбира донесување на одлуки за тоа каде сакаме да бидеме и како тоа да го остваримe. Контролата во таа смисла значи проверка дали сме стигнале каде што сме наумиле, што е остварено, колкави се отстапувањата од целите и кои се причините за таквата состојба, за да може со корективните активности да се приближиме до она што е планирано. Иако процесите на маркетинг планирање и маркетинг контрола се одвиваат со посебни постапки и техники, се набљудуваат во ист контекст поради специфичноста на нивната врска во глобалниот маркетинг.

Маркетинг планирањето не може да се изедначи со маркетинг планот. Плановите се резултат на процесот на планирање и се изведуваат од одлуките за глобални маркетинг стратегии кои пак се формираат и развиваат во процесот на глобално маркетинг планирање. Gilligan и Hird (1986) го дефинираат процесот на маркетинг планирање како клучна компонента за ефективно управување бидејќи тоа е начин на кој менаџментот ги усогласува целите и ресурсите со кои располага претпријатието со сегашните и идните можности. Со поставување на целите и формулирање на маркетинг стратегиите во процесот на деловно планирање се одредуваат профилот и правците на развој на глобалното претпријатие. Деловното планирање и маркетинг планирањето по својата суштина не се активности кои го елиминираат ризикот туку процеси кои го оспособуваат претпријатието за преземање на повисок ризик во глобалното маркетинг окружување. Можностите кои стојат на располагање на претпријатието и целите кон кои се стреми можат значајно да се разликуваат или драматично да се менуваат во зависност од пазарот или пак во многу мали временски интервали што е вообичаено во глобалниот маркетинг.

Планирањето е систематски начин за поврзување со иднината. Тоа е обид да се поврзат ефектите на надворешните фактори кои не можат да се контролираат со предностите, слабостите, насоките и целите на претпријатието за да се постигне посакуваниот резултат. Всушност, задачата е со ресурсите на одреден национален пазар да се постигнат специфични цели. Со други зборови, планирањето е функција на постигнување на некои резултати кои вообичаено не би можеле да се реализираат.

Сепак, постои разлика помеѓу планирањето во домашно претпријатие и планирањето во глобално претпријатие. Принципите на планирање не се различни, но комплексноста на оперативното окружување на глобалните претпријатија (земјата домаќин, матичната земја и корпоративното окружување), организационата структура и функцијата на контролирање на глобалните активности креираат разлики во сложеноста и процесот на глобално планирање. (Cateora & Graham 2008, стр. 317)

Глобалното маркетинг планирање е сложено и проблематично заради различните национални системи на дистрибуција во земјите, културниот фактор кој влијае на методот на промоција, проблемите во прибирање на релевантни информациони основи за маркетинг анализа и одлучување, неизвесноста во врска со реакцијата на конкурентите (локални и глобални) на поединечните пазари. Тоа ја условува потребата да им се даде на вообичаените варијабли на едно окружување посебна димензија или да им се изврши комплетно нова проценка во однос на постојната или вообичаената димензија (пр. правна или политичка). Во такви случаи, голем е придонесот на спроведените маркетинг истражувања и анализата на континуирана основа. Процесот на глобалното маркетинг планирање е составен дел од целокупниот маркетинг процес и маркетинг квалификациите на претпријатијата. Истражувањата на Sorenson и Weichman (1975) со анкетирање на менаџерите на повисоки нивоа во 27 водечки глобални компании покажале дека реалните конкурентски предности на глобалните претпријатија не произлегуваат од степенот на стандардизација на маркетинг програмите (4P) туку од степенот до кој тие како глобални претпријатија го стандардизирале процесот на маркетинг. За успешните глобални претпријатија не е клучно дали пристапот на маркетинг програмите е глобална стандардизација или диверзификација туку позначајно е дали процесот на развој на овие програми е стандардизиран. Тоа се должи на фактот дека стандардизацијата на маркетинг процесот обезбедува рамка за дисциплиниран пристап на анализата на маркетинг проблемите и можностите. Глобалното маркетинг планирање како компонента на маркетинг процесот има значајно место во создавањето на глобалниот маркетинг систем на претпријатието.

Планирањето овозможува брз развој на глобалното функционирање и адаптирање на растечката конкуренција и турбулентни промени на одделните национални пазари. Планот мора да ги опфаќа променливите параметри на окружувањето кое ги надминува националните граници и корпоративните цели и можности заради развој на правилна и остварлива маркетинг програма. Стратегискиот план ги поврзува корпорациските ресурси со производите и пазарите со цел зголемување на конкурентноста и профитот.

Планирањето се однесува на формулирање на целите и методите за нивно остварување, па во исто време е процес и филозофија. Структурно, планирањето може да се разгледува како корпорациско, стратегиско или тактичко. Глобалното корпорациско планирање е во основа долгорочно планирање, инкорпорирајќи ги генерализираните цели за претпријатието како целина. Стратегиското планирање се спроведува на највисоките нивоа на менаџмент и се осврнува на производите, капиталот и истражувањето, и на краткорочните и долгорочните цели на претпријатието. Тактичкото

планирање или планирањето на пазарот се однесува на специфичните акции и на алокацијата на ресурсите кои се користат за имплементирање на целите на стратегиското планирање на специфични пазари. Тактичките планови се прават на локално ниво и повлекуваат прашања врзани со маркетингот и економската пропаганда.

Главна предност на глобалните претпријатија во врска со планирањето е дисциплината наметната од самиот процес. Глобален маркетинг менаџер кој е вклучен во процесот на планирање има рамка за анализирање на маркетинг проблемите и можностите и основа за координација на информациите од различни национални пазари. Процесот на планирање може да биде исто толку значаен како и самиот план бидејќи ги поттикнува донесувачите на одлуки да ги испитаат сите фактори кои влијаат на успехот на маркетинг програмата, но ги вклучува и оние кои ќе бидат одговорни за нејзината имплементација. Клуч за успешно планирање претставува и евалуацијата на целите на претпријатието, вклучувајќи ги обврските на менаџментот и филозофската ориентација на глобалниот бизнис.

Клучни елементи на секој маркетинг план па и процесот на глобално маркетинг планирање се ситуационата анализа (каде сега се наоѓа претпријатието), целите (каде сака да биде), стратегијата и тактиката (како да се остварат целите на најдобар начин). (Jović 2006, стр. 151)

Ситуационата анализа е почетна точка во процесот на глобално маркетинг планирање (SWOT). Таа придонесува за согледување на сите потребни елементи за дефинирање на целите и начините како да се остварат поставените цели за да се донесат и соодветни одлуки. Целите зависат од специфичностите на секое претпријатие и се особено значајни бидејќи преку процесот на маркетинг планирање ги насочуваат развојните и деловните активности за вклучување на претпријатието во глобалните текови. Целта на глобалното маркетинг планирање е донесување на клучни одлуки, па поради тоа во ситуационата анализа треба да се вклучи и маркетинг контролата која подразбира обезбедување на информации за тековните активности и атрактивноста на постојните пазари со цел да се избегне донесување на неподобни одлуки. На тој начин се избегнува насочување на претпријатието кон недостижни цели, избор на стратегии кои тешко се остваруваат и донесување на нереални маркетинг одлуки. Во секој случај, пристапот на глобалното маркетинг планирање мора да биде организиран во склоп на маркетинг процесот. Еден од начините е изработката на матрица на глобално маркетинг планирање (Becker и Thorelli, 1980). За успешност на глобалното маркетинг планирање може да се користи и тн. анализа на изненадувања (what if analysis) која подразбира анализа на неочекувани појави и квалификација на очекуваните резултати во случај на нивна појава како и

анализа на нивната импликација врз донесувањето на реални маркетинг одлуки. Суштината не е да се добие одговор на прашањето што ќе се случи (тоа е предмет на прогнозата) туку што треба да се направи ако тоа се случи, со што се овозможува адекватна подготвеност на претпријатието кон промените во окружувањето. Овој тип на анализа помага во глобалното маркетинг планирање бидејќи е концентрирана на утврдување на можностите, а не на веројатностите, што дава посебен квалитет на маркетинг одлуките (Bennett, 1995). Во процесот на глобално планирање често се користат и портфолио анализи од различен тип, метод на стратегиска сегментација (групирање на производите или пазарите за кои се развиваат различни стратегии и планови), сензитивна анализа (влијанието на различни претпоставки и варијабли на очекуваните резултати), изработка на различни сценарија, и планирање на непредвидливи случувања (contingency planning).

Како резултат на маркетинг планирањето се јавуваат краткорочни и долгорочни планови кои можат да покријат работење на одреден маркетинг сегмент, но и поединечни функционални активности (канали на дистрибуција, промоција). Меѓутоа, треба да се потенцира скратувањето на временската дистанца која се покрива со различни маркетинг планови така што краткорочните планови имаат поголема валидност и реалност на остварување. Тоа не значи дека во претпријатијата не треба да постојат долгорочни планови, но сепак се работи повеќе за стратегиска ориентација отколку за формални документи кои треба да го насочуваат работењето.

Новите истражувања на најуспешните светски компании и деловни практики покажале дека компаниите кои имаат значајни перформанси посветуваат мало внимание на процедурата на формално стратегиско планирање (Stacey 1993, Mintzberg 1994). Тоа се должи на актуелните турбуленции во меѓународното окружување, но и потребите за прилагодување согласно со промените во окружувањето што неминовно создава постојана потреба за поставување на нови цели. Во тој контекст предност има напуштањето на праксата на ригидни планови и примена на флексибилен пристап. Стратегиското планирање добива нови содржински димензии во смисла на способност за перманентна насоченост кон потполно следење и сфаќање на промените во окружувањето релевантни за глобалното деловно и маркетинг одлучување.

Во таа смисла јасно е дека развиеноста и функционирањето на маркетинг процесот е клучно и се одразува на способноста на претпријатијата да работат во услови на современо глобално окружување. Секако дека постои разлика во зависност од ориентацијата во примената на различни концепциски рамки на глобалниот маркетинг. Според тоа, на светскиот пазар може да се сретнат претпријатија кои различно пристапуваат на процесот на планирање и оттука може да разликуваме четири фази: фаза

без маркетинг планирање (проблемите се решаваат кога ќе се појават), фаза на планирање на база на проценка (се прават планови на база на оперативни показатели и очекуван развој на претпријатието), фаза на изработка на годишни планови (пракса на формално маркетинг планирање и други функции) и фаза на стратегиско планирање. Набљудувано по фази, глобалното маркетинг планирање се јавува во почетен облик во втората фаза, за да во третата фаза добие облик на финансиско истражување. Во фазата на стратегиско планирање, процесот на глобалното маркетинг планирање добива димензии кои одговараат на успешно одвивање на глобални маркетинг активности.

Во поглед на методите на планирање во глобалниот маркетинг, се разликуваат три пристапи: метод надолу (top - down), метод нагоре (bottom – up), и комбиниран метод (интерактивен или интегриран пристап).

Во случај на top – down планирање, на ниво на врвниот менаџмент се изработуваат планови и одредуваат цели за сите нивоа и организациони делови на претпријатијата, додека кај bottom – up планирањето, плановите и целите се формираат на пониските нивоа во организационата структура, а се поднесуваат кај врвниот менаџмент за одобрување. Користењето на овие методи често е во корелација со организационата поставеност на претпријатието, па може да се зборува за централизиран (стандардизирани маркетинг планови) и децентрализиран пристап на маркетинг планирање. Меѓутоа, во праксата сè почесто се среќава комбинирана (интерактивна) метода што е во склад со позитивните и негативните страни на двата ригидни пристапи во формална смисла, а се развива и во согласност и со потребата за флексибилен пристап на планирање во современото глобално окружување. (Jović 2006, стр. 152)

Само мал број на претпријатија имаат вистински глобални активности балансирано распределени низ најголемите регионални пазари. (Rugman & Verbke 2004, стр. 3-18) Откако големите пазарни сегменти ќе бидат идентификувани, економиите од обем во производството и маркетингот можат да бидат значајни компаративни предности за глобалните претпријатија. На пример, Форд проценува дека со унифицирање на процесите за развој на производите и со купување и набавки од неколку земји, можат да заштедат до 3 милијарди долари годишно. На крај, додека Јапонските претпријатија иницијално доминираат во бизнисот со мобилни телефони нивниот домашен пазар, интернационалните конкуренти поставуваат зголеми предизвици преку подобро развиени технологии со поголема глобална пенетрација. Трансфер на know-how низ земјите преку подобра координација и интеграција на маркетинг активностите исто така се смета за корист. Глобалната диверзификација на маркетинг активностите доведува до нови пристапи за пазарите.

Глобалниот маркетинг исто така им овозможува пристап на маркетинг менаџерите и до најтешките потрошувачи. На пример, во многу категории на производи и услуги јапонските потрошувачи се најтешки да се задоволат, поради нивните високи очекувања затоа што највисоко квалитетните производи и услуги најчесто потекнуваат од нивната земја. Натпреварувањето за јапонските потрошувачи им овозможува на претпријатијата најдобар терен за тестирање на високо квалитетни производи и услуги.

Разновидноста на пазарите кои се услужуваат носи и дополнителни финансиски бенефиции. Ширење на портфолиото на пазари кои се услужуваат носи и значајна стабилност на приходите и активностите на многу глобални компании. Претпријатијата со глобални маркетинг активности имале помали загуби за време на падот на азискиот пазар во доцните деведесетти отколку специјализираните претпријатија во одредена област. Претпријатијата кои работат глобално имаат можност да ги искористат предностите од финансиските промени. На пример, како што даноците и тарифните стапки се менуваат во светот, најголем дел од глобалните претпријатија можат да ја искористат комплексноста на оваа проблематика како своја предност.

Евалуацијата на целите и ресурсите на претпријатието е пресудна во сите етапи на планирањето на глобалните активности. (Buckley & Hashai 2004, стр. 33-45) Секој нов пазар може да изискува комплетна евалуација, вклучувајќи ги постоечките обврски поврзани со целите и ресурсите на компанијата родител. Со растечкиот развој и конкурентност на пазарите, со пронаоѓање на нови можности, со зголемување на трошоците за влез на странски пазари, глобалните претпријатија имаат зголемена потреба од планирање.

Со дефинирање на конкретните цели се разјаснуваат ориентациите и насоките на домашните и меѓународните одделенија, овозможувајќи конзистентни политики. Недостатокот на добро дефинирани цели предизвикува претпријатијата да се насочат кон странски пазари кои ветуваат многу, само за да започнат активности кои ќе бидат во конфликт или негативно ќе се одразат врз нивните примарни цели.

Можностите на странските пазари не секогаш се во иста насока со корпорациските цели, па често се јавува потреба од промена на целите, промена на обемот на глобалните планови или нивно напуштање. Еден пазар може да понуди моментален профит, но да нема долгорочна перспектива, а друг пазар може да го понуди обратното. Само кога корпорациските цели се јасни, ваквите разлики можат ефективно да се ублажат.

Процесот на планирање во глобалните претпријатија влијае на степенот на глобализација кон кој се стреми филозофијата на менаџментот. Ваквата глобална ангажираност влијае на специфичната глобална стратегија и на одлуките на претпријатието. Откако целите на претпријатието ќе бидат идентификувани, менаџментот треба да детерминира дали е компанијата подготвена да го прифати нивото на обврски неопходно за успешни глобални активности и тоа обврски во износ на долари кои треба да се инвестираат, во однос на неопходниот кадар кој треба да управува со глобалната организација и во однос на одлучноста да се задржи на пазарот доволно долго за да може да реализира повраток од инвестицијата.

Степенот на посветеност на глобалната маркетинг цел го рефлектира нивото на ангажираност на претпријатието. Претпријатието кое не е сигурно во своите потенцијали и очекувања возможно е да влезе на пазар користејќи неефикасни маркетинг методи, канали или организациони форми и на тој начин се остава можност за неуспех на вложувањето кое би било успешно со целосна ангажираност и поддршка. Секој долгорочен маркетинг план треба да биде целосно поддржан од страна на повисоките нивоа на менаџмент и да има поставено временски реални цели за зголемување на продажбите. Повремено, случаен влез на пазар може да биде успешен, но почесто успехот на пазарот подразбира долгорочна ангажираност.

Планирањето е клучно за успехот на претпријатието без разлика дали тоа делува во неколку земји или влегува на странски пазар за прв пат. Маркетинг менаџерот кој е вклучен во истражувањето за влез на нови пазари треба да одлучи кој производ да го развива, на кој пазар и со кое ниво на ангажираност на ресурсите. За претпријатието кое веќе се обврзало на глобални активности, клучните одлуки вклучуваат алокација на трудот и ресурсите помеѓу земјите и производите, одлуки за развој на нови пазари или повлекување од постојните и детерминирање на производите кои треба да се развиваат или повлечат. Потребни се директиви и систематски процедури за евалуација на интернационалните можности и ризици и за развој на стратегиски планови за да се искористат погодностите. Глобалниот процес на планирање нуди систематски водич за планирање во глобалните претпријатија кои делуваат во повеќе земји.

Фаза 1: Прелиминарна анализа и селекција – поврзување на претпријатието со потребите на земјата

Без разлика дали претпријатието веќе дејствува на глобалниот пазар или е ново во глобалниот маркетинг, евалуацијата на потенцијалниот пазар е првиот чекор во процесот на планирање. Прва клучна одлука во процесот на глобално планирање е определувањето на кој постоечки национален пазар да

се оствари инвестиција. Предностите и слабостите на претпријатието, производите, филозофијата и целите мора да се поклопат со потенцијалите и ризиците на таргетниот пазар. Во првиот дел на процесот на планирање, се анализираат и испитуваат земјите со цел да се елиминираат оние кои не нудат доволен потенцијал за понатамошно разгледување. Новите брзорастечки пазари претставуваат проблем бидејќи немаат соодветна маркетинг инфраструктура, имаат неразвиени канали на дистрибуција, а нивото на приход и дистрибуција варира помеѓу земјите. Наредeн чекор е утврдувањето на критериуми за селекција според кој потенцијалните земји се оценуваат. Овие критериуми се утврдуваат со анализа на целите на претпријатието, ресурсите и неговите можности и недостатоци. Неопходно е да се определат причините за влез на странски пазар и очекуваните приноси од таквата инвестиција. Степенот на ангажираност на претпријатието во глобалниот бизнис и неговите цели за започнување на глобални активности се многу значајни за поставување на критериумите за оценка. Постојат повеќе критериуми според кои се врши избор на странскиот пазар за влез на претпријатието како што се пазарниот потенцијал, политичката стабилност, прифатливи законски услови и други мерки соодветни на производите кои ги нуди претпријатието.

Откако ќе се постават критериумите, се врши комплетна анализа на окружувањето во кое претпријатието планира да делува. Окружувањето ги подразбира и елементите кои не можат да се контролираат, органичувањата на земјата домаќин и матичната земја, маркетинг целите како и сите предности и недостатоци на претпријатието кои постојат на почетокот на процесот на планирање. Јасното разбирање на елементите на окружувањето кои не можат да се контролираат е покомлексно и позначајно кај глобалното маркетинг планирање отколку кај домашното национално маркетинг планирање затоа што секоја земја и национален пазар кој се анализира претставува окружување со различни непознати ограничувања. Оваа етапа од процесот на планирање највеќе го разликува глобалното од националното маркетинг планирање.

Резултатите од првата фаза обезбедуваат основни информации потребни за евалуација на потенцијалот на пазарот на земјата која е предложена за влез, за идентификација на проблемите кои би ја елиминирале земјата од понатамошно испитување, за идентификација на елементите на окружувањето за кои е потребна понатамошна анализа, за детерминирање на делот од маркетинг миксот кој може да се стандардизира, а кој дел од маркетинг мискот треба да се прилагоди на локалните барања на пазарот и информации потребни за развој и имплементација на акционен маркетинг план.

Информациите генерирани во првата фаза им помагаат на претпријатијата да избегнат грешки поврзани со елементите на окружувањето кои не се контролираат и се специфични за земјата таргет како националната култура, традицијата или законските регулативи. Со завршување на првата фаза, одговорните за донесување на одлуки се среќаваат со поспецификни задачи од селекција на националните таргет пазари и сегмети, а тоа е идентификацијата на можностите и заканите на тие пазари и започнување на процесот на креирање на маркетинг програми. (Cateora & Graham 2008, стр. 320)

Фаза 2: Адаптирање на маркетинг миксот според таргетните пазари

Целта на втората фаза е детална анализа на компонентите на маркетинг миксот. После селекцијата на таргетните пазари следи анализа на маркетинг миксот согласно генерираните податоци од првата фаза. Неправилните одлуки во оваа етапа водат кон несоодветни производи за определениот пазар или кон скапи грешки во врска со политиката на цени, економската пропаганда или промоцијата. Главна цел на втората фаза е да се донесе одлука за маркетинг микс прилагоден на културните ограничувања наметнати од елементите на окружувањето кои не можат да се контролираат, а кои ќе овозможат ефективно постигнување на корпорациските цели. Втората фаза овозможува да се детерминираат можностите за примена на маркетинг тактиките на националните пазари. Потрагата по слични сегменти низ земјите води кон можности за реализирање на економија од обем во маркетинг програмите. Вообичаено, резултатите од анализата во втората фаза покажуваат дека маркетинг миксот изискува драстична адаптација поради што може да се донесе одлука да не се оствари влез на одреден пазар.

На пример, производот треба да биде намален во однос на неговата физичка големина за да одговори на потребите на пазарот, но дополнителните производствени трошоци за помала големина на производот може да бидат превисоки за да се оправда влезот на тој пазар. Исто така, неопходната продажна цена на производот за тој да биде профитабилен може да биде превисока за да си ја дозволат мнозинството од потрошувачите на тој пазар. Доколку не постои начин да се намали цената, продажниот потенцијал при повисока цена на производот може да биде пренизок за да го оправда влезот на претпријатието на одредениот пазар. Три главни прашања произлегуваат од втората фаза: дали постојат препознатливи маркетинг сегменти кои овозможуваат примена на општопознатите маркетинг микс тактики низ земјите; какви адаптации врз основа на културните карактеристики на окружувањето треба да се направат за успешно прифаќање на маркетинг миксот; и дали трошоците за прилагодување на производите ќе овозможат профитабилен влез на одредениот пазар. Како резултат на втората фаза се остварува уште една селекција на потенцијалните земји за влез и некои од нив отпаѓаат од

понатамошната анализа. Следната фаза во процесот на планирање е креирањето на маркетинг планот.

Фаза 3: Развој на маркетинг план

Во оваа етапа на процесот на планирање, се развива маркетинг план за таргетниот пазар, без разлика дали се работа за еден национален пазар или за глобален пазар (сет од повеќе национални пазари на глобално ниво). Маркетинг планот започнува со ситуациона анализа и кулминира со изборот на стратегија или метода за влез на странски пазар и специфична акциона програма за одредениот пазар. Специфичниот план утврдува што треба да се направи, како тоа да се направи, кога и од страна на кого. Во него се вклучени буџетот како и очекувањата во врска со продажбите и профитот. Исто така, и во третата фаза може да се донесе одлука да не се оствари влез на одреден пазар доколку се детерминира дека не можат да се постигнат маркетинг целите на претпријатието.

Фаза 4: Имплементација и контрола

Одлуката за влез на странски пазар во третата фаза подразбира имплементација на специфичните планови и реализација на очекувањата за успешен маркетинг. Сепак, процесот на планирање не завршува во овој момент. Сите маркетинг планови изискуваат координација и контрола за време на периодот на нивно спроведување. Голем број од претпријатијата не вршат темелна контрола на нивните маркетинг планови иако тоа може да значи поголем успех во нивната реализација и целокупното работење. Системот за оценка и контрола подразбира акција на споредување на целите и коригирање на планот доколку постојат отстапувања во резултатите наспроти поставените цели. Глобалната ориентација ги олеснува сложените, но значајни менаџмент задачи за координација и контрола на комплексниот глобален маркетинг. (Townsend, Yeniyurt, Deligonul and Cavusgil 2004, стр. 1-24)

Заклучок

Планирањето подразбира поставување на целите и детерминирање на стратегијата односно одредување каде организацијата сака да биде и како ќе стигне таму. Планирањето има бројни предности, овозможува систематско размислување, помага да се координираат активностите, овозможува континуитет на активностите, ги интегрира функциите и активностите и помага да се остварува континуиран преглед на активностите.

Процесот на маркетинг планирање претставува динамичен континуиран збир на варијабли кои се во взаемна интеракција со информациите кои се

прибираат низ серијата на последователни фази. Низ фазите се исцртува главната патека која треба да се следи за да се реализира ефективно и систематско планирање.

Профилот на маркетинг планирањето, проблемите и начинот на нивното решавање се разликуваат кај претпријатијата со глобален маркетинг пристап наспроти оние со извозна маркетинг ориентација. Разликите се должат на специфичностите и комплексноста на глобалното маркетинг одлучување и неговата адекватна поставеност и спроведување согласно целното окружување.

Примената на процес на планирање го охрабрува и олеснува донесувањето на одлуки за менаџерите кои ги земаат во предвид сите варијабли кои влијаат на успешноста на планот на компанијата. Исто така, со планирањето се овозможува основа за набљудување на сите национални пазари и нивната взаемна поврзаност во еден интегриран глобален пазар.

Глобалните менаџери можат да го спроведуваат стратегиското планирање следејќи ги насоките поставени со маркетинг планот. Како што компанијата ги шири своите активности на повеќе странски пазари со различни производи, така станува потешко ефикасно да управува со сите производи на сите пазари. Маркетинг планирањето му помага на претпријатието да се фокусира на сите променливи кои треба да се земат во предвид за успешен глобален маркетинг. Со информациите добиени од процесот на планирање и со изборот на националниот пазар за влез на компанијата, може да се донесе одлуката за избор на стратегијата и методот за настап на странскиот пазар, како една од клучните одлуки која влијае на вкупните активности на компанијата.

MARKETING PLANNING IN GLOBAL ENTREPRISES

Summary

The aim of this paper is to discuss the role and importance of the global marketing planning process. It provides a better understanding of the key factors, procedures and fundamentals of contemporary marketing planning for the global market. This paper talks about the differences between domestic and global marketing planning. Explanations for the methods of planning and types of global marketing plans are included. The four clearly defined steps in the marketing planning process in global enterprises are closely analyzed. Furthermore, the author explains the benefits and challenges to effective global marketing planning and illustrates the requirements for practical marketing planning.

Key words: *global marketing, marketing planning, marketing plan, global enterprise, global market*

Литература

1. Buckley, JP, Hashai, N 2004, "A Global System View of Firm Boundaries," *Journal of International Business Studies 35,* no. 1, pp. 33-45.

2. Burca de S, Fletcher R, Brown L 2004, *International marketing An SME Perspective*, Prentice Hall, England.

3. Cateora, RP, Graham, LJ 2008, *International marketing*, 13th ed, Mc Graw Hill, New York.

4. Jović, M 2006, *Međunarodni marketing*, 2 posebno dopunjeno izdanje, Intermanet, Beograd.

5. Rugman, MA, Verbke, A 2004, "A Perspective on Regional and Global Strategies of Multinational Enterprises," *Journal of International Business Studies 35*, no. 1, pp. 3-18.

6. Townsend, DJ, Yeniyurt, S, Deligonul, ZS, Cavusgil, T 2004, "Exploring Marketing Program Antecedents of Performance in a Global Company,"*Journal of International Marketing 12,* no. 4, pp. 1-24.

658.8 : 796

Асс. м-р **Надалина СТОЈАНОСКА**[1]

МАРКЕТИНГ КОМУНИКАЦИИ ВО СПОРТОТ

Апстракт

Во широките рамки на концептот на маркетингот, спортскиот маркетинг е релативно ново поле и димензија. Иако претставува нова дисциплина, таа забрзано се развива и менува. На пазарот постои "војна" помеѓу компаниите во која плаќаат огромни суми финансиски средства и користат спонзорства со цел да ги "зграпчат" најдобрите врвни спортисти. Овие компании не се борат само за врвни спортисти туку и за цели тимови, лиги, колеџи... Светот на спортскиот бизнис постојано врши притисок да се најде конкурентска предност, а секое ниво пак на тој бизнис е под силно влијание на трендот на спортскиот маркетинг. Има нешто што е повеќе од очигледно, а тоа е дека спортот не може без маркетингот, ниту маркетингот без спортот.

Клучни зборови: *спорт, маркетинг, спортски маркетинг, спонзорство, медиуми, адвертајзинг*

Вовед

Спортот сè повеќе и повеќе станува сериозен бизнис. Во овој бизнис централно место заземаат протагонистите на спортот: спортисти, тренери, менаџери, спортски организации, организатори на спортски настани, како единствени промотори на корпоративен бизнис, односно спонзори и тоа пред сè преку спортскиот аудиториум со кој тие владеат. Спортот се дефинира како активности, искуства (доживувања) или бизнис компании чиј центар се атлетиката, здравјето, рекреацијата, слободното време и можностите. Уште, спортот е "all-inclusive" термин кој ги опфаќа сите аспекти кои се случуваат и надвор од полето за игра, вклучувајќи различни операции кои овозможуваат играта да се реализира.[2] Често постои конфузија за тоа што навистина е маркетингот. Маркетингот се дефинира, од страна на неговите компоненти, како рекламирање, промоции, цени, управување со производот, продажбата, публицитет итн. Но, овие компоненти не дефинираат што е

[1] Факултет за економски науки, ЕУРМ

[2] Eric Z. Schwarz, Jason D. Hunter, *Advanced Theory and Practice in Sport Marketing*, Macmillan Company, India, 2008, pg. 4

маркетинг, туку тие дејствуваат на зголемување и подобрување на неговата примена. Иако познавањето на истите е добра основа за разбирање на маркетингот, вистинската дефиниција за маркетингот се функциите вклучени во трансферот на стоки и услуги од производителот до потрошувачот.[3] Според АМА маркетингот е организациска функција и сет од процесите за креирање, комуницирање и доделување вредност на потрошувачите и управување на односите со нив, на начин на кој имаат корист и компанијата и нејзините акционери.[4] Преку интеракција на спортот и маркетингот се добива нов термин, спортски маркетинг. Спортски маркетинг претставува маркетинг на производи преку спонзорирање на спортски настани или спонзорирање тимови или опрема која се користи на спортските настани.[5] Маркетингот во спортот може да се означи како еден од главните, како и крајно суштински, одлучувачки стратешки насоки на спортските организации во спроведувањето на спортските цели, програми и задачи. Мисијата на маркетингот во спортот е постојано мобилизирање на фондови и барање финансиска поддршка за реализација на нивните спортски програми.

ИСТОРИЈА НА СПОРТСКИОТ МАРКЕТИНГ

Историјата на спортскиот маркетинг може да се проследи наназад од 1870-тите години кога тутунските компании ставале картички со бејзбол играчи на кутиите со цигари, со цел развој на лојалност кон брендот и зголемување на продажбата.[6] Овие картички всушност биле прва промоција на спорт во корист на друга индустрија.

Кога се анализира формирањето на спортската маркетинг индустрија треба да се земе во предвид развојот на олимпиското движење. Уште од неговото основање, во 1894 година[7], Меѓународниот Олимписки Комитет (МОК) зависел од партнерствата со бизнис заедницата за развој на Олимписките игри и Олимпиското движење. Денес, Олимписките Игри, или популарно наречени Олимпијада, се најпознат спортски бренд. Клучното име кое овде фигурира е број еден маркетинг менаџерот во светот во тоа време,

[3] Ibid. pg. 5
[4] American Marketing Association, Community: AMA Definition of Marketing, http://www.marketingpower.com/Community/ARC/Pages/Additional/Definition/default.aspx (посетено на 29.07.2010)
[5] Allbusiness.com, Business Glossary, Business Definition for: Sports Marketing, http://www.allbusiness.com/glossaries/sports-marketing/4964386-1.html (посетено на 28.07.2010)
[6] Alain Ferrand, Scott McCarthy, *Marketing the Sports Organizations: Building Networks and Relationships*, Routledge, New York, 2009, pg. 24
[7] Olympic.org, Home, The IOC: The Organisation, http://www.olympic.org/en/content/The-IOC/The-IOC-Institution1/?Tab=1(посетено на 29.07.2010)

Мајкл Пејн. [8] Со неговата трудољубивост и макотрпна работа, била создадена првата сеопфатна маркетинг стратегија за Олимписките Игри, со што пак започнало и спонзорството на Олимпијадите. Огромен број на брендови се здобиле со меѓународна слава, токму благодарејќи на нивното присуство и претставување на Игрите. Денес маркетинг партнерствата се интегрален дел на Олимпискиот систем.

Еден од првите примери кога еден аматерски атлетичар се користел за односи со јавноста или рекламирање, бил случајот во 1936 година, кога Адидас (Adidas) му дал бесплатни патики на Џеси Овенс (Jasse Owens), при неговиот настап на Олимписките игри во Берлин.[9]

Во 1970-тите години, се случиле неколку важни еволутивни настани за спортскиот маркетинг. Спонзорствата на производите од страна на спортистите биле во тренд. На крајот од декадата, дефанзивецот на Питсбург Стилерс, Џо Грин, учествувал во една од најценетите реклами на Кока-Кола во тоа време. Компаниите увиделе дека еден од начините да пристапат на меѓународниот пазар е преку инвестирање во спортот. Класичен пример за ваков пристап (воедно и успешен) во спортскиот маркетинг е соработката на брендот Кока-Кола со фудбалската индустрија. Со ваквиот потег, Кока-Кола го прошири својот "асортиман" на потрошувачи. Активностите и соработката помеѓу Кока-Кола и ФИФА[10], развојот на различни програми и настани и дале на компанијата можност да делува на светската сцена. Спонзорствата во спортот, во тој период достигнале едно ново ниво. Исто така, почнала да се цени улогата на телевизијата: кон крајот на 70-тите години почнале телевизиските преноси на меѓународни фудбалски првенства.

Денес, помеѓу спортскиот маркетинг и маркетингот на конвенционалните добра и услуги постојат десет разлики, и истите се прикажани во табелата бр.1.

[8] Agency-sport.com, Articles about Sports Marketing, Sports Marketing: The History and The Present, http://www.agency-sport.com/eng/articles_01.php (посетено на 29.07.2010)

[9] Alain Ferrand, Scott McCarthy, *Marketing the Sports Organizations: Building Networks and Relationships*, Routledge, New York, 2009, pg. 24

[10] Меѓународна организација која ги одредува правилата и одлуките во врска со спортот, односно фудбалот. ФИФА е кратенка од француското име на организацијата. Основана е во 1904 година. (прилагодено од fifa.com, About Fifa, Organisation: Who We Are, http://www.fifa.com/aboutfifa/federation/index.html; macmillandictionary.com: Definition of FIFA, http://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/FIFA (посетено на 30.07.2010))

10 разлики помеѓу конвенционалниот и спортскиот маркетинг			
Топ 10	*Аспект*	*добра/услуги*	*Спортски тимови/настани*
1	Купувачи	Потрошувачи	Фанатици
2	Привлекување/Прифаќање	Верност- купувачите постојано купуваат ист бренд(потешко се ориентираат кон друг бренд)	Психолошко поистоветување со поединци и тиомови, што оди подалеку од само лојалност
3	Промоција и медиуми	Сопственикор ги плаќа медиумите за да го промовираат	Навивачите, спонзорите и медиумите плаќаат да промовира некој тим/настан
4	Дистрибутивни канали	Статични; ограничени од повеќе причини	Мобилни; повеќе флексибилни
5	Производ	Адаптибилен	Глобален
6	Цена	Купувачот плаќа одредена цена за доброто/услугата	Навивачите често плаќаат однапред за подоцна да имаат привилегирана позиција да ги купат билетите
7	Капацитет/Способност	Корпоративниот сопственик купува/гради сопствени објекти	Владата обично плаќа за објектите
8	Конкуренција	Индивидуално брендирање на конкуретни пазари	Кооперативни договорни односи-монополска моќ и антимонополско изземање.
9	Размена	Главно економска размена	Главно социјална размена
10	Вработени	Договорната моќ е наклонета кон сопствениците	Договорната моќ е наклонета кон вработените (играчите)

Извор: Kirk L. Wakefield, *Team Sports Marketing*, Elsevier Inc, 2007, pg. 4

Значењето на спортскиот маркетинг, најдобро се гледа од бројките од приходите, кои конкретно за фудбалскиот клуб Реал Мадрид за 2010 година, надминале рекордни 400 милиони евра. Од овие приходи, дури 40% се

остварени од емитување на натпреварите, 35% од комерцијални права, додека останатите 25% приходи биле остварени од денот на натпреварот (Matchday).[11]

СПОНЗОРСТВА ВО СПОРТОТ

Спонзорството е релативно понова промотивна тактика, во која компаниите (или друг инвеститор) креираат линк со кој се поврзуваат со некој настан, надевајќи се дека на тој начин ќе имаат влијание врз публиката. Маркетерите го преферираат спонзорството за да развијат емоционална или умствена врска. Со придобивањето на индивидуалците, спортот или настанот, спонзорот може да креира силна врска помеѓу својот бренд и фановите. Зачестената појава на името на брендот или логото прави компанијата да биде дел од тоа што индивидуата, настанот или спортот го претставуваат. Спонзорството обично гради посилна врска со фановите отколку економската пропаганда, пред сè заради неговото времетраење.

Корпорациските спонзорства се најбрзо растечка област на спортските маркетинг активности изминатите години. Спортските компании преферираат спонзорства во комуникацискиот микс со цел да ја зголемат атрактивноста и учеството на спортските настани. Спонзорствата се користат за да се додаде вредност без зголемување на трошоците преку рекламни материјали и лотарии. Спонзорството во спортот е ефикасна маркетиншка алатка која му овозможува на спонзорот да ја зголеми свеста за брендот кој се рекламира. Спортското спонзорство стана ефективна маркетинг стратегија за многу компании, но, исто така, и ефикасен извор на приходи за спортските организации.

Може да се забележи дека мнозинството од спортските спонзорства, не се спортски компании. Всушност, само една од топ 10 компаниите кои вложуваат во спонзорства во спортот е од спортската индустрија (Најк).[12] Најголем дел од спонзорствата се од компании кои се занимаваат со производство на храна и пијалаци, како на пример МекДоналдс (McDonalds), Пепси (Pepsi), Кока Кола (Coca Cola), Анхајзер Буш (Anheuser- Busch), како и од автомобилската индустрија (Џенерал Моторс (General Motors), Форд (Ford), Дајмлер Крајслер (DaimlerChrysler)).

Вообичаено, поголемите компании долгорочно и многу време однапред ги подготвуваат своите рекламни кампањи и спонзорски договори. Тоа особено важи за големите светски настани, како што е на пример

[11] Realmadrid.com, Article: Real Madrid Recordc Record Revenues, http://www.realmadrid.com/cs/Satellite/en/1202814482369/noticia/Noticia/Real_Madrid_records_record_revenues.htm (посетено на 04.08.2010)

[12] Eric Z. Schwarz, Jason D. Hunter, *Advanced Theory and Practice in Sport Marketing*, Macmillan Company, India, 2008, pg. 244

Светското првенство во фудбал на кое Кока Кола е застапена со рекламен простор на стадионите уште од 1950 година, а официјален спонзор е од 1978 година, па сè до денес.[13] Во овој контекст, може да се спомене и подготвеноста на Кока Кола, односно нејзиниот дизајн за лименката, како и слоганот, за следното Светско првенство во фудбал, кое треба да се одржи во Бразил, дури за четири години, или поточно во 2014 година. Слоганот кој треба да ги освои фановите на Светското првенство, но се разбира и фановите на речиси најпознатиот пијалак Кока Кола гласи "Happiness is having the FIFA World Cup here".[14]

Спонзорството во спортот е вид на инвестирање во смисла на пари, опрема или услуги во замена за можноста експлоатирање на комерцијален потенцијал кој е поврзан со дејноста на спортскиот ентитет во кој се вложува. Спонзорството во спортот може да се дефинира како давање поддршка на спортот, спортистите, спортската организација или натпревар од страна на компании или поединци, со цел да се постигне взаемна корист.[15]

Денес, конкуренцијата за спонзорство стана многу жестока, така што ТВ/радио преносите на натпреварите станаа еден од најважните сегменти на маркетингот во спортот. И практиката го потврдува истото. Досега, највредниот спонзорски договор за телевизиските права го има потпишано шпанскиот фудбалски клуб Реал Мадрид, кој "тежи" неверојатни 1,1 милијарди евра за седум години.[16]

Основната причина за фаворизирање на спонзорството лежи во можноста преку него брзо и ефикасно да се постигне посакуваното ниво на имиџ на спонзорот или на неговите производи. Во спортот се застапени следниве форми на спонзорство:[17]

- ✓ Спонзорство на спортски организации (сојузи, друштва и клубови)
- ✓ Спонзорство на спортски натпревари (турнири, лиги и настани)
- ✓ Спонзорство на спортисти

[13] Guardian.co.uk, News, Media, Advertising, Word Cup 2010: Coca Cola To Launch World Cup ad campaign in UK, http://www.guardian.co.uk/media/2010/apr/19/coca-cola-world-cup-advertising (посетено на 21.08.2010)
[14] Coca- colaconversations.com, Sports: Brazil 2014 World Cup Can, http://www.coca-colaconversations.com/my_weblog/sports/ (посетено на 21.08.2010)
[15] Savremenisport.com, Sportski Marketing, Osnove Sportskog Marketinga: Sponozrstvo u Sportu, http://www.savremenisport.com/Marketing_Sponzorstvo_u_sportu.html (посетено на 4.08.2010)
[16] Sportbusiness.com, Home, News: Real Madrid Sign Massive TV Rights Deal, http://www.sportbusiness.com/news/160807/real-madrid-sign-massive-tv-rights-deal (посетено 04.08.2010)
[17] Savremenisport.com, Sportski Marketing, Osnove Sportskog Marketinga: Sponozrstvo u Sportu, http://www.savremenisport.com/Marketing_Sponzorstvo_u_sportu.html (посетено на 4.08.2010)

Во светот се склучуваат огромен број спонзорски договори, помеѓу светски реномирани компании и разни асоцијации, натпревари, спортисти, клубови и слично. "Битките" за спонзорските договори со успешни и популарни спортисти се помеѓу најинтересните. Така на пример, после неговата трета светска титула, Германецот Михаел Шумахер (Michael Schumacher) се воспоставил како култна личност помеѓу неговите сонародници, а воедно тој станал и "лиценца за печатење на пари". Неговите неспоредливи возачки способности го чинеле тимот на Ферари 46 милиони евра годишно на почетокот на 21-виот век. Но, што е уште поважно, тој заработил и дополнителни 22,5 милиони евра од договорите за рекламирање и "продажбата" на својот лик. Бројни реномирани компании (DVAG, L'Oreal, Nike, Omega) плаќале по неверојатни 15.300 евра за секунда за секоја "насмевка" на популарниот Германец во нивните реклами.[18] Во 2005 година, Михаел Шумахер станал првиот спортски милијардер (според Форбс) во Европа. Дури и по неговото пензионирање во 2006 година тој го продолжил мултимилионскиот договор.

Друг случај, за спонзорски договор со познат спортист е "битката" помеѓу Најк (Nike) и Адидас (Adidas) за португалската фудбалска "суперѕвезда" Кристијано Роналдо (Cristiano Ronaldo). Со потпишување на договор со новиот клуб Реал Мадрид, Кристијано Роналдо предизвикал "војна" помеѓу него и новиот клуб, но и помеѓу двата гиганти за спортска опрема Најк и Адидас. Ова се случувало од причина што личен спонзор на фудбалерот е Најк, додека долгогодишен спонзор на целокупната спортска опрема на шпанскиот клуб е Адидас. Многу логично, Адидас не се согласил играчот од тимот кој го спонзорира да се појави на теренот во дрес од својот најголем ривал Најк.[19] Овој момент го искористил претседателот на Реал Мадрид кој седнал да преговара со Адидас, за да го "зголемат" договорот, со закана дека во спротивно доколку не ги исполни неговите барања, клубот е подготвен да потпише спонзорски договор со Најк. На крајот, парите повторно го направија своето. Реал Мадрид и Адидас го продолжија "пријателството" со нов договор, а истото го направи и Роналдо, кој изнуди од својот спонзор Најк, уште побогат договор, кој "тежи" 6 милиони евра годишно до 2014 година.[20] Роналдо, на теренот настапува во дрес на Адидас, но само кога настапува за својот клуб, на сите други настапи и појавувања носи опрема од својот спонзор Најк.

[18] David Shilbury, Hans Westerbeek, Shayne Quick and Daniel Funk, *Strategic Sport Marketing*, 3rd edition, Allen&Unwin, 2009, pg. 254

[19] Goal.com, Europe, Spain: Real Madrid& Adidas Unhappy With Cristiano Ronaldo's Nike Connection- Report, http://www.goal.com/en/news/12/spain/2009/07/13/1379563/real-madrid-adidas-unhappy-with-cristiano-ronaldos-nike (посетено на 21.08.2010)

[20] Examiner.com, National, Fitness& Health, Fitness& Exercises: Cristiano Ronaldo lands 32,5$ million Nike endorsement deal, http://www.examiner.com/celebrity-fitness-and-health-in-national/cristiano-ronaldo-lands-32-5-million-nike-endorsement-deal (посетено на 21.08.2010)

Спонзорството, посебно во форма на лого на дресовите, стана дел од фудбалската култура. На пример, замислувајќи ги играчите на Ливерпул, тешко е, а да не се забележи натписот на популарното пиво "Калсберг" ("Calsberg"). Но, спонзорството, се разбира, нуди многу повеќе од сентиментална или естетска вредност.

Денес, во ризичната финансиска ера за фудбалските клубови, неколку сепак можат да се пофалат дека не се на работ на тотална катастрофа или банкрот. Дури и најбогатите и најславни клубови, се оптоварени со огромни долгови и "натрупани" сметки. Спонзорските договори се круцијален извор на приходи за фудбалските клубови, и оние клубови кои ќе ги одберат најбогатите понуди ќе имаат подобри шанси за преживување на бурното време во овој бизнис. За спонзорите, фудбалот е еден од најдобрите и најефикасни начини за поттикнување на препознавањето на нивниот бренд. Подолу следат моментално 10-те најбогати спонзорски договори помеѓу речиси најпознатите фудбалски клубови и светски еминентни компании од разни индустрии:[21]

1. **Манчестер Јунајтед (Manchester United) и Најк (Nike)-** 302.9 милиони фунти за 13 години. Овој договор бил потпишан во 2002 година, со клаузула според која англискиот клуб ќе заработува 50% проценти од продажбата на опремата со името на клубот, но ќе мора да биде во горната половина на табелата.

2. **Јувентус (Juventus) и Тамоил (Tamoil)-** 165 фунти за 10 години. Овој договор бил склучен во 2005 година помеѓу италијанскиот клуб и либиската компанија за производство на нафта.

3. **Барселона (Barcelona) и Најк-** 131 милиони фунти за 5 години. Повеќе од еден век, шпанската екипа не потклекнувала на искушението на потенцијалните спонзори за прикажување на логото на нивната спортска опрема. Спротивно на ова, во 2006 година тие одлучиле да донираат, па така на предниот дел од својот дрес одлучиле да стои логото на УНИЦЕФ (UNICEF), светски позната детска добротворна организација. И не само тоа, тие дури и им плаќаат 1 милион фунти годишно. Набргу потоа, тие потпишале спонзорски договор со производителот на спортска опрема Најк, вреден 26 милиони фунти годишно.

4. **Челзи (Chelsea) и Адидас (Adidas)-** 100 милиони фунти за 10 години. Иако Челзи бил напаѓан за ниското ниво на спонзорски приходи, сепак во 2006 година успеале да добијат милионски договор од страна на Адидас, кој пак претходно му платил на Умбро

[21] Sport.co.uk: Top Ten Largest Football Club Sponsorship Deals, http://blog.sport.co.uk/Football/629/Top_Ten_Largest_Football_Club_Sponsorship_Deals.aspx (посетено на 06.08.2010)

(UMBRO) 24.5 милиони фунти за предвременото раскинување на спонзорскиот договор.

5. **Арсенал (Arsenal) и Флај Емиреjтс (Fly Emirates)**- 100 милиони фунти за 15 години. Овој договор кој бил најавен кон крајот на 2004 година, покрај логото на дресовите на Арсенал, го вклучувал и новото име на стадион, наречен како истоимената компанија од Дубаи.
6. **Ливерпул (Liverpool) и Стандард Чатеред Банк (Standard Chatered Bank)**- 81 милиони фунти за 4 години. Овој спонзорски договор кој стапува на сила од оваа година, следи по 18 годишната соработка на тимот од Енфилд со популарното пиво Калсберг.
7. **Манчестер Јунајтед и Аон Корпорејшн (Aon Corporation)**- 80 милиони фунти за 4 години. По пропаѓањето на договорот со осигурителната компанија од Соединетите Американски Држави, АИГ (AIG), тимот од Англија се одлучил да потпише договор за спонзорство со уште една реномирана американска корпорација, истотака од областа на осигурувањето. И овој договор, како и претходно наведениот, стапува на сила од оваа година.
8. **Баерн Минхен (Bayern Munich) и Дојче Телеком (Deutsche Telekom)**- 72 милиони фунти за 3 години. Овој договор, кој важи за еден од најбогатите и кој трае веќе долги години, има важност до 2013 година, секако со можност за понатамошно продолжување.
9. **Реал Мадрид (Real Madrid) и Бвин (Bwin)**- 54.9 милиони фунти за 3 години. По банкротирањето на претходниот спонзор на шпанскиот клуб, австриската компанија која се занимава со обложување започна да го спонзорира Реал во 2007 година, соработка која ќе трае до 2013 година.
10. **АЦ Милан (AC Milan) и Флај Емиреjтс**- 52 милиони фунти за 5 години. После потпишувањето на договори за спонзорство со неколку клубови ширум Европа, познатата авионска компанија се одлучи да потпише договор и со славниот италијански клуб, договор кој започнува да важи од оваа година.

Покрај овие астрономски суми за спонзорски договори, кои се склучени пред сè помеѓу фудбалски клубови и реномирани компании, вреди да се спомене и за спортистот со најголеми приходи на име на спонзорски договори. Станува збор за американскиот голф играч, Тајгер Вудс (Tiger Woods), кој, според Форбс, неприкосновено го држи првото место на листата на најплатени спортисти со два и пол пати поголем приход од второпласираниот, или околу 110 милиони долари годишно. Во своето портфолио тој вклучува компании како Пепси (Pepsi), Џенерал Моторс, Најк,

АТендТ (AT&T) и ред други, а првото место на листата го држи веќе 8 години континуирано.[22]

Интересен спонзорски договор кој е потпишан помеѓу светски реномирана компанија и асоцијација е тој помеѓу Адидас и ФИФА (FIFA). Имено, врската која ги поврзува е речиси најголемиот спортски настан кој се одржува во светот, а тоа е Светското фудбалско првенство. Обврска на ФИФА е да му ги довери сите права на Адидас поврзани со рекламниот простор на стадионите каде се одржуваат спортските натпревари, како и топките со кои се играат тие натпревари, вклучувајќи ги тука и Светското првенство во фудбал за жени, како и Светското младинско првенство, додека обврска на Адидас се "само" 350-те милиони долари кои треба да ги исплати на име спонзорство на ФИФА за периодот од 2010 до 2014 година.[23] Овој спонзорски договор трае веќе речиси 40 години, а до следното обновување има важност уште 4 години.

СПОРТОТ И РЕКЛАМИРАЊЕТО

Спортското рекламирање (спортски адвертајзинг) е процес на привлекување на вниманието на јавноста за спорт, спортскиот производ или спортскиот бизнис, преку платени огласи во печатените или електронските медиуми.[24] Традиционално, на адвертајзингот се гледало како на уметничка професија која едноставно се користела за артикулирање на предностите на производот и сликата на брендот. Како и да е, адвертајзингот еволуирал во еден од главните елементи на бизнисот. Ова особено важи за спортскиот адвертајзинг, каде што истиот бил користен како интегрална алатка на маркетингот кој е поврзан со развојот на брендот и менаџментот, сегментацијата, диференцијацијата, како и позиционирањето.

Рекламите го прават спортот попопуларен. Сите компании се надеваат на поголем профит, користејќи ја комбинацијата од уметност и спорт, за да се претстават себеси во најдобро издание. Основната цел на рекламите е да го поврзат производот со успех, и тој успех да го претстават пред потрошувачите како слика за својот производ. Адвертајзингот во спортот, традиционално се темели на економска основа, но, исто така, може да има психолошка и социјална вредност. Рекламите се насекаде и луѓето низ целиот свет се "обединети" преку нив. Така, можеби за прв пат, одредени

[22] Forbes.com, Business, SportsMoney: World's Highest Paid Athletes 2009, http://www.forbes.com/2009/08/10/tiger-woods-schumacher-business-sports-top-earning-athletes.html (посетено на 06.08.2010)
[23] Brandpublic.com, news: Adidas Extends World Cup Sponsorship In $350m Deal, http://www.brandrepublic.com/news/232907/Adidas-extends-World-Cup-sponsorship-350m-deal/ (посетено на 06.08.2010)
[24] Eric Z. Schwarz, Jason D. Hunter, *Advanced Theory and Practice in Sport Marketing*, Macmillan Company, India, 2008, pg. 222

луѓе од различни етнички и географски средини, споделуваат слики и искуства, во голема мера благодарение на масовните медиуми и масовното рекламирање на спортот.

Според познатата спортска телевизија, ЕСПН (ESPN)[25], најдобрите спортски реклами во последните 25 години, се прикажани во табелата бр.2.

Табела бр.2: ***25 НАЈДОБРИ СПОРТСКИ РЕКЛАМИ ВО ПОСЛЕДНИТЕ 25 ГОДИНИ***

Најдобрите реклами според ТВ експертите од ЕСПН ТВ	**Најдобрите реклами според гледачите на ЕСПН ТВ**
1. Мин Џо Грин (Mean Joe Greene) го фрла дресот кон младите фанови (Кока Кола)	1. Џордан И Бирд (Jordan & Bird) се натпреваруваат (МекДоналдс)
2.Тајгер (Tiger) го исфрла топчето за голф (Најк)	2. Мин Џо Грин (Mean Joe Greene) го фрла дресот кон младите фанови (Кока Кола)
3. Бо (Во) знае (Најк)	3.Тајгер (Tiger) го исфрла топчето за голф (Најк)
4. Џордан И Бирд (Jordan & Bird) се натпреваруваат (МекДоналдс)	4. Бо (Во) знае (Најк)
5. Укер (Uecker): " Мора да бидам во првиот ред“ (Милер Лит)	5. Тери Тејт (Terry Tate), играч во одбрана (Рибок)
6. Мајкл Џордан и Марс Блекмон (Michael Jordan and Mars Blackmon) (Најк)	6.Биди како Мајк (Mike) (Гаторејд)
7.Биди како Мајк (Mike) (Гаторејд)	7. Мадукс/Главин (Maddux/Glavine): Кокошки бараат топка (Најк)
8. Jao, Јоги и “Јо“ (Yao, Yogi and "Yo") (Виза)	8. Марк МекГвајр (Mark McGwire): Ова е спортски центар (ЕСПН)
9. Баркли (Barkley)и пријателите во Shady Rest пензионерски дом (Чарлс Шваб)	9. Укер (Uecker): " Мора да бидам во првиот ред“ (Милер Лит)
10. Мадукс/Главин (Maddux/Glavine): Кокошки бараат топка (Најк)	10. Младиот Џордан наспроти стариот Џордан (Најк)

[25] Американска спортска телевизија, основана во 1978 год.(Извор: esnpfounder.com, http://www.espnfounder.com/how_it_started.htm (посетено на 06.08.2010))

11. Буба Смит, Дик Буткус (Bubba Smith, Dick Butkus) на опера (Милер Лајт)	11. Мајкл Џордан и Марс Блекмон (Michael Jordan and Mars Blackmon) (Најк)
12. Бирд и Меџик (Bird and Magic) еден на еден (Конверс)	12. Јао, Јоги и "Јо" (Yao, Yogi and "Yo") (Виза)
13. Баркли (Barkley): Јас немам улога на модел (Најк)	13. Клајддејлс(Clydesdales) игра фудбал (Бадвајсер)
14. Младиот Џордан наспроти стариот Џордан (Најк)	14. Баркли (Barkley)и пријателите во Shady Rest пензионерски дом (Чарлс Шваб)
15. Том Лендри (Tom Landry) (Американ Експрес)	15. Сампрас и Агаси(Sampras and Agassi) во Њујорк (Најк)
16. Сампрас и Агаси(Sampras and Agassi) во Њујорк (Најк)	16. Баркли (Barkley): Јас немам улога на модел (Најк)
17. Мајкал Џордан и Миа Хам (Michael Jordan and Mia Hamm) (Гаторејд)	17. Бирд и Меџик (Bird and Magic) еден на еден (Конверс)
18. Марк МекГвајр (Mark McGwire): Ова е спортски центар (ЕСПН)	18. Мајкал Џордан и Миа Хам (Michael Jordan and Mia Hamm) (Гаторејд)
19. Јас сум Тајгер Вудс (Tiger Woods) (Најк)	19. Денис Хупер (Dennis Hopper) како луд судија (Најк)
20. Џон Мејден (John Madden) (Милер Лајт)	20. Јас сум Тајгер Вудс (Tiger Woods) (Најк)
21. Клајддејлс(Clydesdales) игра фудбал (Бадвајсер)	21. Буба Смит, Дик Буткус (Bubba Smith, Dick Butkus) на опера (Милер Лајт)
22. Денис Хупер (Dennis Hopper) како луд судија (Најк)	22. Џон Мејден (John Madden) (Милер Лајт)
23. Тери Тејт (Terry Tate), играч во одбрана (Рибок)	23. Том Лендри (Tom Landry) (Американ Експрес)
24. Шугар Леонард (Sugar Leonard)и син му (7-Ап)	24. Стив Мизерак (Steve Mizerack) (Милер Лајт)
25. Стив Мизерак (Steve Mizerack) (Милер Лајт)	25. Шугар Леонард (Sugar Leonard)и син му (7-Ап)

Извор: sports.espn.go.com, ESPN25: 25 Best Commercials, http://sports.espn.go.com/espn/espn25/story?page=listranker/25bestcommercials (посетено на 21.08.2010)

Заклучок

Спортот е универзален феномен, кој ги поминува сите социјални, базични и религиозни бариери. Тој е именител на широките маси. Во рамките на спортската индустрија, се извршуваат голем број активности, вклучувајќи маркетинг и менаџмент активности поврзани со спортистите, спортските организации, спортските настани и слично. Имено, спортот стана маркетинг медиум сам за себе, со способност да избира, сегментира и промовира производи и услуги. Спонзорството во спортот. Спонзорството во спортот вклучува инвестиции во разни спортски настани и случувања, чија цел е да се зголеми продажбата, да се засили сликата и имиџот на брендот, како и зголемување на репутацијата и свесноста за брендот. Сумирано, денес професионалниот спорт не би бил без маркетингот и спонзорите.

Summary

The sport is universal phenomenon, which outplay all social, basic and religious barriers. Sport is a denominator for the huge masses of people. In sport industry, a lot of activities are performed, among which are advertising and management, and mainly they are related to sportsmen, sport organizations, sport events etc. Namely, the sport became advertising medium all by its self with the ability to choose, segment and promote products and services. Sponsorship is about investment into different sport events or sport causes, aimed to increase the selling, to brace the image of the brand, as well as to increase the brand reputation and its awareness. To summarize, today the professional sport can not survive without advertising and sponsors.

Key words: sport, marketing, sports marketing, sponsorship, mediums, advertising

Литература

1. Alain Ferrand, Scott McCarthy, *Marketing the Sports Organizations: Building Networks and Relationships*, Routledge, New York, 2009
2. Бошко Јаќоски, Снежана Ристевска- Јовановска, *Маркетинг*, 2-ро издание, ЕУРМ, Скопје, 2009

3. David Shilbury, Hans Westerbeek, Shayne Quick and Daniel Funk, *Strategic Sport Marketing*, 3rd edition, Allen&Unwin, 2009
4. Eric Z. Schwarz, Jason D. Hunter, *Advanced Theory and Practice in Sport Marketing*, Macmillan Company, India, 2008
5. Kirk L. Wakefield, *Team Sports Marketing*, Elsevier Inc, 2007
6. Stedman Graham, Lisa Delpy Neirotti, Joe Jeff Goldblatt, *The Ultimate Guide to Sports Marketing*, Second Edition, McGraw-Hill, 2001

Интернет:

1. http://www.allbusiness.com
2. http://www.marketingpower.com
3. http://www.agency-sport.com
4. http://www.olympic.org
5. http://www.macmillandictionary.com
6. http://www.sportbusiness.com
7. http://www.savremenisport.com
8. http://www.realmadrid.com
9. http://www.sport.co.uk
10. http://www.forbes.com
11. http://www.brandrepublic.com
12. http://www.guardian.co.uk
13. http://www.coca-colaconversations.com
14. http://www.examiner.com
15. http://www.goal.com
16. http://www.thecoca-colacompany.com
17. http://sports.espn.go.com
18. http://www.espnfounder.com

658.626 : 659.1.013

Асс м-р **Ана ЌОВКАРОВА**

ВЛИЈАНИЕТО НА ЕКОНОМСКАТА ПРОПАГАНДА ВРЗ СОЗДАВАЊЕТО ПОЗИТИВНИ АСОЦИЈАЦИИ ЗА БРЕНДОТ

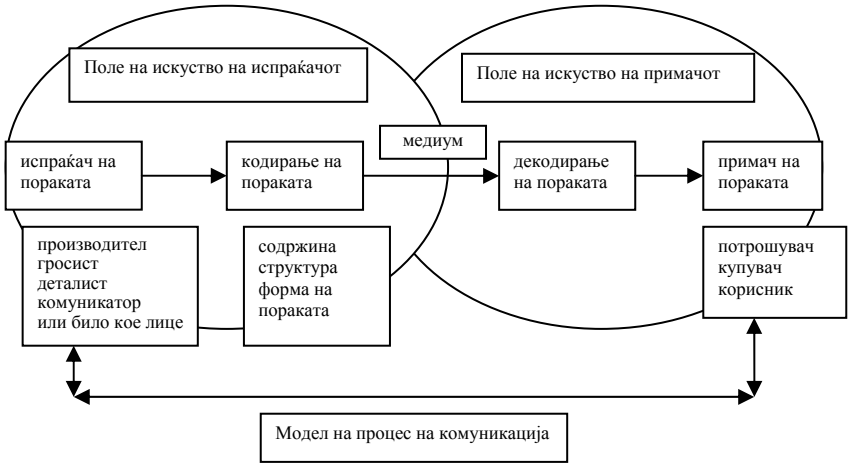
Апстракт

Улогата на економската пропаганда во маркетинг миксот е во способноста на пропагандата да ја соопшти вредноста на брендот за целната публика. Потрошувачите трагаат по вредности што се разликуваат. Токму поради ова треба да се определи кои инструменти на маркетинг миксот треба да се засилат или подобрат и како да се комбинираат елементите едни со други на начин кој ќе ги привлече потрошувачите. Овие одлуки за маркетинг миксот играат значајна улога во детерминирање на содржината на пораката и медиумите на кои ќе се емитува пораката.

Клучни зборови: *економска пропаганда, асоцијации, чувства, комуникација, потрошувач*

Економската пропаганда се дефинира како збир на дејности кои со помош на визуелни, акустични и комбинирани средства ги информираат потрошувачите за определени производи и услуги, а со тоа влијаат на нивниот избор во купување на производот, со цел да се отпочне, одржи или зголеми продажбата и работењето на компанијата да биде успешно *(Ристевска- Јовановска С. и др., 2007, 294).* Наредната слика го покажува едноставниот модел на системот на пропагандата за комуникаци со потрошувачите. Комуникацијата со економска пропаганда секогаш го вклучува перцептивниот процес и четирите елементи прикажани на моделот: испраќач на пораката, порака, медиум и примач на пораката (*Rajeev B., Myers J., Aaker D., 2006, 59).*

Сл. 1



Дополнително, примачот понекогаш станува извор на информации преку „уста на уста“ пропаганда, која ги вклучува социјалните интеракции помеѓу две или повеќе лица, влијанието на групата и ширењето на информации. Тука акцентот е ставен на моделот на процесот на комуникација и убедување, кој опишува процеси како последица на изложувањето на потрошувачите на економската пропаганда. Зошто е ова потребно? Прво, изложувањето на економска пропаганда може да креира свесност за брендот, водејќи до чувство на познатост за брендот. Второ, информации за карактеристиките и предностите на брендот, кои можат исто така да се воочат од страна на потрошувачите како резултат на економската пропаганда. Трето, пропагандата може да предизвика чувства кај публиката кои ќе ги асоцираат со брендот или нивната потрошувачка. Четврто, економската пропаганда може да влијае врз создавањето на имиџот на брендот, а преку него врз креирањето на асоцијации во свеста на потрошувачите. Петто, економската пропаганда може да креира впечаток дека брендот е омилен кај потрошувачите, експертите и групите кон кои сакаат да припаднат. Ова се однесува на производите и брендовите кои се презентираат како модерни. Овие пет ефекти може да креираат посакуван став кон брендот, кој треба да резултира во купување на производот. Од овде произлегува, дека треба да се има одлично познавање од планирањето на пропагандата и донесувањето одлуки кое вклучува определување на целите и таргетната публика, стратегии и тактики за економската порака и стратегија и тактики за медиумите. Планирањето се однесува на процесот на собирање и конкретизирање на алтернативите, додека донесувањето на одлука се однесува на избирање на најдобрата алтернатива. Алтернативите во поглед

на целите и целната публика треба внимателно да бидат оценети и специфицирани. Откако се определиле целите на пропагандата во однос на брендот се пристапува кон развивање и анализирање на текстот на пропагандната порака во поглед на содржината (стратегија за пропагандната порака) и извршување (тактики за пропагандната порака), односно што да се каже (содржина на пораката) и како да се каже (структура на пораката и формата). И на крај, потребно е внимателно определување и анализирање на различните медиуми и донесување одлуки околу прашањето за потребните финансии (стратегија за медиумите) и каде истите да се алоцираат (тактики за медиумите).

Вниманието е насочено кон пропагандната порака, како елемент на пропагандата кој има најголемо влијание врз чувствата, асоцијациите и ставот на потрошувачите кон брендот. *Пропагандната порака е мисла, идеја, став, имиџ или други информации, што испраќачот посакува да ги соопшти на таргетната публика (Tyagi C.L. & Kumar A., 2004, 90)*. Испраќачот на пораката мора да знае што точно сака да соопшти и зошто, кои се целите на пропагандата кои треба да се исполнат, пораката треба да биде шифрирана на начин на кој ќе и овозможи на публиката да го разбере вистинското значење. Испраќачите мора да ги знаат карактеристиките на публиката во поглед на образованието, интересите, потребите и претходното искуство. Тие мора да ја кодираат нивната порака на начин кој ќе одговара на разбирањето и запознаеноста на публиката со брендот кој се пропагира.

Пораките што убедуваат треба да започнуваат со апели во врска со потребите и интересите на публиката, а треба да завршуваат со апели значајни за потребите и интересите на маркетарите. Маркетарот треба да креира апел, кој ќе го продуцира посакуваниот резултат. Има три типа на апели: рационални, емотивни и морални. Рационалните апели се однесуваат на интересите на публиката. Тие покажуваат дека производот ги продуцира посакуваните придобивки. Тука спаѓаат пораките кои го опишуваат и покажуваат квалитетот на производот, економичноста, вредноста и перформансот *(Kotler P. & Armstrong G., 2010, 435)* Емоционалните апели произлегуваат од емотивната страна на потрошувачката, како и врз основа на искуството *(Nam-Hyun U., 2008, 127)*. Емоционалните апели се обидуваат да ги пробудат или негативните или позитивните чувства, кои ќе предизвикаат акт на купување. Емоционалните апели се протегаат од љубов, радост, хумор па се до страв и вина. Експертите кои преферираат користење на емоционалните пораки тврдат дека токму овие пораки предизвикуваат поголемо влијание и креираат поголема верба во брендот. Денешно време се почесто е застапен хуморот во економската пропаганда. Иако истиот е доста успешен во привлекување и задржување внимание, прави луѓето да се чувствуваат добро, креира личност на брендот, неговата несоодветна употреба може да доведе до навредливо разбирање на пораката, да го засени производот, па дури и да го иритира потрошувачот. Моралните апели се

насочени кон чувството на публиката за тоа што е прописно и правилно. Овие апели често се користат да ги потикнат луѓето да ги подржат социјално општествените активности како што се почиста околина или помош за хендикепирани.

Маркетарите треба да донесат одлука и во поглед на структурата на пораката. На располагање им стојат три структури *(Kotler P. & Armstrong G., 2010, 435):*

- Пораката да содржи заклучок или не. Двоумењето е дали во самата порака да се извлече заклучокот или таа задача да им се препушти на публиката. Истражувањата покажале дека во поголемиот број случаи, место да се донесува заклучок во пораката, да се поставуваат прашања и да се остават купувачите сами да дојдат до заклучокот.

- Да се одреди местото на најсилниот аргумент во пораката (на почетокот или крајот). При презентирање на најмоќниот аргумент на почетокот се стекнува големо внимание, но може да води до непожелен резултат.

- Дали да се презентира едностран аргумент (да се споменуваат само предностите на производот) или двостран аргумент (рекламирање на предностите на производот со истовремено признавање на своите недостатоци). Праксата покажала дека едностраниот аргумент е поефективен во продажбата, освен кога станува збор за високо едуцирана публика, или публика која сака да слушне за жалбите и поплаките во однос на производот, или кога треба да се надмине негативна асоцијација.

За соодветно перцепирање на пораката од битно значење е формата на пораката. Кај печатената пропаганда, комуникаторот мора да донесе одлука за насловот, текстот, илустрацијата и бојата. За да предизвика внимание, пропагандистите можат да употребуваат контраст, слики и наслови што го задржуваат погледот, формати што се разликуваат, големина на пораката и позицијата, и боја, облик и дејство. Ако пораката се пренесува преку радио пропагандистот треба да избере зборови, звуци и гласови. Ако како медиум за пренесување на пораката се одбира телевизијата, тогаш треба да се планираат сите претходни елементи плус говорот на телото. Пропагандистите го планираат секој детал- изразот на лицето, гестикулациите, облеката, позите и фризурите.

Се покажало дека најуспешни пропаганди се оние кои и соопштуваат на публиката точно она што публиката самата сака да го направи. Пропагандите кои не завршуваат со повик за акција, предизвикуваат помала реакција кај потрошувачите. Невербалните стимули, како што се фотографиите или илустрациите често се употребуваат во пропагандата за да се зголеми значењето или да се засилат аргументите во пораката. Истражувањата покажале дека кога вербалната информација не е поткрепена

со слики, вклучувањето на слики со примери го зголемуваат присетувањето на вербалната информација. Спротивно на ова, кога вербалната информација е поткрепена со многу слики, дополнување со слики не ја зголемува способноста на индивидуите да се присетат на вербалната информација содржана во пропагандата. Начинот на кој пораката е презентирана силно влијае врз нејзината моќ на убедување. Истражувањата покажале дека без разлика во јачината на аргументот, пораките кои употребуваат едноставна синтакса, резултираат во поголемо присетување, отколку пропагандите со комплексна синтакса. За да креирате пропаганда која ќе убедува треба да ги следите следниве тактики *(Maclachlan J., 1984, 51-59):*

1. Предизвикајте ја публиката
2. Дајте и причина на публиката да слуша
3. Употребете прашања за да ги вклучите и гледачите
4. Прикажете ја пораката во термини познати за публиката и креирајте ги точките на интерес
5. Користете тематска организација- односно комбинирајте ги елементите на пропагандата по одредена тема и презентирајте ја во логична и последователна сцена
6. Употребувајте поконкретни зборови за одредена категорија
7. Повторувајте ги клучните точки
8. Употребувајте ритам и рима
9. Употребувајте конкретни, а не апстрактни зборови
10. Употребувајте го Зегарниковиот ефект- оставете ја публиката со незавршена порака, нешто за што ќе размислуваат така што ќе се потрудат да го дознаат крајот на пораката.
11. Побарајте мислење од публиката за крајот на пораката
12. Соопштете и на публиката за последиците од крајот

Со креирањето на ефикасна порака се предизвикуваат одредени чувства кај потрошувачите. Чувствата што ги доживуваат потрошувачите додека гледаат економска пропаганда имаат силен ефект на тоа како ќе одговорат на пропагандата. Чувствата можат да влијаат на ставот што се формира кон пропагандата, ставот спрема брендот, верувањата за брендот, присетувањето за брендот, промените во ставот за брендот итн. Во скоро секое истражување ефектите од чувствата беа оценувани откако испитаниците биле изложени на пропагандата. Во реалниот свет, пропагандата не се презентира во моментот кога потрошувачите ги донесуваат одлуките за купување или пак да не биде присутна во моментот

кога се оценува пропагандата или брендот. Оваа контрадикторност може да има сериозни последици врз имплементација на резултатите од бројните истражувања поврзани со ефектите од чувствата предизвикани од пропагандата. Ова е посебно точно во однос на ефектите врз вредноста на брендот, кој се развива низ текот на времето.

Реакциите на пропагандата за нов бренд можат да ја креираат структурата на меморијата која ќе влијае врз идната реакција кон брендот. Овие реакции можат да бидат предизвикани од повторното изложување на оригиналната пропаганда, идните пропаганди, излогот на местото на купување, купоните, дизајнот на пакувањето итн. Доколку раните реакции вклучуваат чувства кои се складирани во меморијата и можат да бидат повикани, тогаш чувствата предизвикани од пропагандата можат всушност да ги обликуваат асоцијациите што потрошувачите ги поврзуваат со брендот и да станат дел од идната стратегија за комуникација со брендот.

Економската пропаганда може да влијае на вредноста на брендот на два начини. Прво, економската пропаганда може да влијае на ставот кон брендот, значаен елемент на врендоста на брендот. Второ, и многу позначајно, економската пропаганда може да влијае врз вредноста на брендот преку влијанието врз структурата на меморијата на потрошувачите за брендот. Клучот за вредноста на брендот е високо достапни асоцијации кои можат веднаш да бидат повикани *(Aaker D. & Biel L.A., 1993, 196)*.

Ставот на потрошувачите, многу често, може да остане непроменет по изложувањето на економската пропаганда. Но од овде не треба да се заклучи дека економската пропаганда нема никаков ефект. Пропагирањето може да влијае на структурата на меморијата или да ги засили конкретните асоцијации во меморијата иако ставот на потрошувачите кон брендот не се променил.

Слично, чувствата предизвикани од пропагандата можат да влијаат на вредноста на брендот преку ефектот што го имаат врз ставот кон пропагандата и брендот, кој се повторува постојано, или преку влијанието врз структурата на меморијата која се поврзува со брендот. Тоа значи, дека чувствата предизвикани од пропагандата, со нејзино постојано изложување, стануваат силно поврзани со брендот и лесно достапни. Овие емоционални асоцијации во меморијата на потрошувачот можат да бидат основа за вредноста на брендот. Емоционалните пропаганди влијаат врз ставот кон брендот само во случај кога емоциите се дел од релевантната когнитивна рамка и истите се поврзуваат со други концепти во меморијата *(Calder J. B. & Gruder C, 1989, 277-289)*.

Заклучок

Се покажало дека чувствата можат да се складираат во меморијата на потрошувачите. Чувствата и емоциите го зајакнуваат физичкиот доказ во индивидуалната меморија во мозокот (memory trace) за некоја економска пропаганда, со што се зголемува веројатноста дека ќе бидат активирани асоцијациите за брендот, а преку нив името на брендот ќе биде повикано. Ако чувствата предизвикани од пропагандата се зачувани во меморијата како дел од физичкиот доказ за брендот во индивидуалната меморија, тогаш во пропагандата не треба да се вклучуваат елементи кои ќе бидат двосмислени. Истражувањата покажале дека економската пропаганда има влијание врз асоцијациите за брендот.

Се поставува прашањето дали чувствата генерирани преку пропагандата се дел од физичкиот доказ во индивидуалната меморија, дали емоционалните реакции се зачувуваат и дали истите ќе бидат активирани на ист начин како што се активираат сознанијата за брендот, како овие зачувани чувства ќе влијаат на идната комуникација, и евентуално, на вредноста на брендот? Белезите на производот можат да се поврзуваат со емоциите кои се доживуваат додека се гледа рекламата. Потоа, кога потрошувачот е повторно изложен на белег на производот, на пример на местото на купување, емоционалните асоцијации можат да влијаат на изборот. Но ова се проширува во рангот на сите искуства што ги има потрошувачот со брендот како резултат на влијанието од емоционалните асоцијации.

Summary

Many studies show that feelings can be stored in customers' memory. Feelings and emotions can strengthen the brain memory trace for advertising and in some point of time the memorized brand associations and brand names can be recalled and activated. Having in mind that feelings provoked by advertising can be stored as a brand memory trace, it is advisable ambiguous elements not to be included in advertising. Researches reveal that advertising has an impact on brand associations.

The question is whether the feelings raised by advertising are part of a memory trace; can the emotional reactions be stored and can those reactions be recalled as the brand knowledge; can feelings, stored in memory, influence on future communications and on the value of the brand. Products characteristics can be linked with the emotions which are experienced during the advertising. So, when the customer is exposed on some of the product characteristics, for instance on place of purchasing, emotional associations can influence on purchasing

choice. But it expands to the range of all the experiences that the consumer has with the brand as a result of the impact of the emotional associations

Key words: *advertising, associations, feelings, communication, consumer*

Литература

1. Снежана Ристевска- Јовановска, Бошко Јаќовски, *Основи на маркетинг*, 8мо издание, Економски факултет, Скопје 2007
2. Rajeev Batra, John G. Myers, David A. Aaker, *Advertising management*, 5th ed, Pearson Education, India, 2006
3. C.L. Tyagi, Arun Kumar, *Advertising management*, Atlantic publishers and distributors, New Delhi
4. Philip Kotler, Gary Armstrong, Principles of marketing, 13th ed, Pearson Prentice Hall, London, 2010
5. Nam-Hyun Um, Revisit Elaboration Likelihood Model: How advertising appeals work on attitudinal and behavioral brand loyalty centering around low vs. high-involvement product, European Journal of social sciences, vol.7, number 1, 2008
6. David A. Aaker & Alexander L. Biel, "*Brand Equity & Advertising- advetising's role in building strong brands"*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc, New Jersey, 1993
7. Bobby J Calder & Charles Gruder, „*Emotional advertising appeals*", 1989 преземено од Patricia Cafferata & Alice Tybout (Eds.), *Cognitive and affective responses to advertising,* Boston: Lexington

658.89.013

Помл. асс. **Вилма ВЕЛИЧКОВА**

ВЛИЈАНИЕ НА ПСИХОЛОШКИТЕ ФАКТОРИ ВО ОДНЕСУВАЊЕТО НА ПОТРОШУВАЧИТЕ

Апстракт

Темелната анализа на личноста, нејзината перцепција, мотивација, начинот на кој се придобива со знаење, како и верувањата и ставовите се клучниот елемент на маркетингот до придобивање и воопшто допирање до самите потрошувачи. Целиот процес на донесување одлука за купување започнува внатре во самата личност, односно во нејзината психа.

Несвесната поврзаност меѓу мислите, чувствата и однесувањето е доволна за да нé натера да се посомневаме во умот, дека не е едноставно место и дека запознавањето на себе си и останатите е доста комплексна работа.

***Клучни зборови**: личност, однесување на потрошувачите, потреби, мотивација, перцепција.*

1. Потреби и мотиви, главни аксцелератори во психологијата на потрошувачкото однесување

Во модерниот маркетинг, потребите на потрошувачите претставуваат појдовната мисла на секој маркетар. Клучот за опстанок на компанијата, профитабилноста и самиот нејзин раст во висококонкурентна средина е возможен само доколку ја имаме способноста да ги идентификуваме и задоволиме неостварените потреби на потрошувачите подобро и побрзо од конкуренцијата.

Потребите се менуваат и растат во зависност од психолошката состојба на индивидуата, општеството во кое живее, интеракцијата со останатите индивидуи и нејзиното искуство. Многу луѓе бараат одобрување од останатите за своите одлуки. Дури и најкомплексните психолошки потреби ретко се целосно задоволени. На пример, личноста може делумно да ја оствари својата потреба за моќ работејќи како административен помошник на локалниот политичар, но моќта може да биде поголема доколку работи за национален политичар или да води своја политичка кампања, односно да земе место во актуелните случувања во политиката. Со тоа, нејзината потреба за моќ е

делумно задоволена, бидејќи има можност уште повеќе да се доразвива потребата и да се достигне максимумот од првичната желба.

Потребите се појавуваат како физиолошко и психичко чувство, тие "се објективно дадени во секое време и на секој развоен степен, поради што можат да се квантифицираат и материјално и статистички да се мерат. На човекот му е својствено врз основа на своите потреби да планира, организира и да ја расподелува својата активност".[1]

Под поимот "мотив" пак, може да се подразбере – внатрешен човечки фактор кој ја движи, насочува, оддржува и запира човековата активност. Од оваа дефиниција се воочуваат четири клучни елементи на мотивите:

1. Што е она што го натерало човекот на активност?
2. Што таа активност ја насочило?
3. Што таа активност ја оддржува и на крај?
4. Што таа активност ја запира?

На секој елемент потребно е да дадеме одреден одговор.

Кога велиме дека мотивите ја движат човековата активност, потребно е да ги видиме и механизмите кои ја движат самата активност. Во потрага по одговорот, мораме да влеземе во внатрешната рамнотежа на биолошките функции на човековиот организам. Таа рамнотежа се нарекува хомеостаза. Секоја отстапка од таа рамнотежа се манифестира на тоа однесување, како потреба да се воспостави истата, а тоа е возможно преку одредени активности. Имено, секој дисбаланс во хомеостазата е механизам кој го придвижува човекот кон активирање на организмот со цел да се воспостави рамнотежа.

Така на пример: човек кога работи, често чувствува глад поради забрзаното трошење на калории кои му се потребни во процесот на работење. Со цел да ја задоволи потребата за храна, се активираат биолошките мотиви кои ја задоволуваа истата на различни начини, со тоа и даваат одговор на следниот елемент од мотивите, односно – што ја насочило таа активност?

Слична е и ситуацијата со потребата за жед- човекот кој е жеден целото свое внимание ќе го посвети кон водата или некоја друга течност, додека останатите активности кон кои бил претходно насочен ќе бидат намалени. Од ова следува дека мотивите делуваат селективно , во правец на задоволување на биолошките потреби. Со ова доаѓаме до одговор на третото прашање, односно третиот елемент- мотивот е сето она што ја одржува човековата активност.

Поради тоа што доаѓа до актот да жедниот човек земе вода, тогаш мотивите престануваат да делуваат и се воспоставува состојба на хомеостаза,

[1] Јаќовски Б., Ристевска-Јовановска С. ," Однесување на потрошувачите", ЕУРМ, Скопје, 2009, стр. 102

односно рамнотежа и со тоа доаѓаме до последниот елемент на мотивите-што е тоа што ја закочило одредената активност?

Мотивите го претставуваат сé она што однатре го тера човекот на одредена акција, односно тие претставуваат: вродени, или здобиени, трајни или релативно трајни, неврални или невралментални диспозиции, внатрешни органски психички услови за определени начини на доживување и однесување кога ќе се наруши еден или повеќе аспекти на органската или внатрешната рамнотежа, или пак кога се стреми кон пројавувањето или усовршувањето на личната ефикасност.[2]

2. Личноста како водечки фактор кој го иницира однесувањето на потрошувачите

Ако поимот "личност" го сфатиме во негова поширока смисла, односно ако под тој поим ги подразбираме сите интелектуални, емоционални и мотивирачки карактеристики на човекот, тогаш е одвишно тој поим и да се споменува како одвоен поим, зошто во тој случај, толкувајќи ја улогата на ставовите, мотивите, чувствата и другите фактори при перцепирањето и однесувањето, веќе сме опфатиле еден добар дел од личноста и нејзината улога во однесувањето.

Меѓутоа, во поголем број случаи психолозите сметаат дека поимот личност би требало да се сфати во потесна смисла, односно да се опише со употреба на друг, попознат поим, а тоа е поимот "карактер". Колкава е несигурноста на психолозите по прашањето што е всушност личноста, може да се види по дефиницијата на Ејсенк (Eysenck) кој вели: "Ако зборот личност воопшто нешто значи, тогаш тоа е релативно постоење, цврсти облици на однесување, навики и тенденции, кои некоја индивидуа ги развила во текот на животот, врз основа на своето наследство, а и како реакции на казни и награди кои ги добила во текот на животот!". Дали вака тесно опфатената дефиниција за личност има некаква улога во формирањето на некои реакции на имитирање, односно во нашиов случај - формирање на потрошувачкото однесување? [3]

Според Дејвид Фандер (David C. Funder) личноста претставува индивидуална карактеристика, односно сложувалка од мисли, емоции и однесување, кои заедно се поврзани со психолошки механизам кој е скриен позади таа сложувалка.[4]

---

[2] Ристевска-Јовановска С., Јаќовски Б., "Однесување на потрошувачите", 2 издание, Економски факултет, Скопје, 2004, стр. 106

3 Eysenck H. J., Eysenck B. G. S., "Manual of the Eysenck Personality Questionnaire", Hodder and Stoughton, London, 1975, стр. 174

[4] Funder D.C., "The personality puzzle", third edition, W.W. Norton & Company, London, 2004, стр.5

Не постојат перфектни индикатори на личноста, туку постојат само докази кои секогаш се двосмислени. За да може да се разбере личноста, прво мора добро да се погледне во неа. Ако сакаме да погледнеме во личноста, во што ќе гледаме? Во карактерот, во начинот на кој се однесува, во самата психологија, односно во начинот на кој размислува, чувствува? За да се погледне во одредена личност можеме да направиме четири работи: да ја прашаме личноста директно за сопственото мислење што го има за себе, да дознаеме од други луѓе за каква личност се работи, да се разгледаат неколкуте аспекти од нејзиниот живот, па врз база на нив да донесеме заклучок или да ја набљудуваме, односно да ги набљудуваме нејзините постапки, начинот на кој се однесува и да го мериме нејзиното однесување.[5]

"Секој човек, со целосна почит, е како сите други луѓе, како некои други луѓе и како никој друг човек".[6] Што сакаат со оваа дефиниција да кажат познатите психолози Клакон и Муреи?

Сите луѓе имаат слични, основни, односно базични потреби како што се вода, храна, секс и слично. Нивната секундарна поента е дека одредени карактеристики на луѓето се разликуваат, но во некои однесувања им дозволуваат на индивидуалците да се групираат. Како трета димензија на дефиницијата се појавува фактот дека и покрај сите разлики и сличности, секој човек има своја сопствена карактеристика која го разликува од останатите и го прави уникатен во своето постоење.

Однесувањето на поединците не е постојано, односно може да се промени поради различни интерни или екстерни стимули, па затоа можеме само глобално да го разгледуваме истото, односно да се направи одредена статистика и од истата да се извлечат заклучоци.

Постојат многубројни теоретичари (психолози) кои ја објаснуваат личноста од различни аспекти. Едни од најзначајните се Сигмунд Фројд, Алфред Адлер, Карл Густав Јунг, Мелани Клајн, Карен Хорнај, Ерих Фром и Хери Суливан.

Фројд и Јунг го опфаќаат несвесниот дел од човековата психа, односно самото раѓање на потребите и мотивите. Фројд како застапник на психоанализата ја расчленува личноста на три дела: ид, его и суперего.

"Ид" е импулсивен дел на психата којшто работи врз принципот на задоволството и го вреднува само она што сака и не ги гледа последиците.

"Суперегото" е моралната компонента на психата, којашто ги зема предвид посебните околности во коишто морално – правната работа може да не е правна за дадена ситуација.

[5] Funder D.C., "The personality puzzle", third edition, W.W. Norton & Company, London, 2004, стр.19

[6] http://www.panarchy.org/kluckhohn/personality.1953.html

Рационалното "Его" се обидува да овозможи баланс помеѓу непрактичниот хедонизам на Ид и еднаквоста на непрактичниот морализам на Суперегото, односно го претставува делот на психата којшто најчесто се одразува директно на дејствувањето на луѓето. Кога тоа е преоптоварено или загрозено од неговите задачи може да употреби одбранбени механизми како негирање, потиснување и преместување.[7]

Се смета дека поттикнувањето на потребата за да се задоволи Его-то на една индивидуа, е вистинскиот пат кон придобивање на истата. Доколку го најдеме начинот преку кој што ќе можеме да влијаеме на нашите потрошувачи и создадеме потреби кои би го задоволиле самото Его, тогаш наклонетоста и довербата која што ќе ја имаат кон нас ќе биде загарантирана. Зошто е тоа така? Потребата на луѓето да бидат јавно пофалени, опсипани со комплименти и слично е доста важна компонента од нивното постоење.

Слична проблематика опфаќа и психологот Карл Густав Јунг, кој е застапник на аналитичката психологија. Тој, како и Фројд, смета дека несвесниот дел од умот односно личноста е "виновен" за сите наши акции. Имено тој психата ја разделува на три дела: колективна несвест, свест и лична несвест.

Како најприфатен и најсовремен мислител е Ерих Фром, кој преку својата хуманистичка психологија наведува дека здравата индивидуа наоѓа одговори за нејзината егзистенција- одговори кои мора комплетно да кореспондираат со нејзините вкупни потреби.[8]

Останатите теоретичари како што се Адлер, Клајн, Хорнај, Суливан и многу други, сметаат дека личноста е под влијание на социјални фактори, но и посебно значење треба да се даде на патеките низ кои поминува индивидуата во животот.

3. Мотивацијата како движечка сила во процесот на купување

Она што е во фокусот на нашето внимание е, како мотивацијата влијае врз самата личност, односно која е нејзината улога како психолошки фактор?

Мотивацијата започнува со самата потреба, која ја стимулира индивидуата кон инструментално однесување чија улога е да ја намали

[7] Feist G.J., Feist J., "Theories of personality" sixth edition, McGraw- Hill education, New York, 2006, стр. 30

[8] Feist G.J., Feist J., "Theories of personality" sixth edition, McGraw- Hill education, New York, 2006, стр. 189

тензијата и да ги задоволи потребите, за на крај, да се појави решението, односно целосно задоволување на потребата.[9]

Доколку маркетарите се обидат успешно да ги дефинираат мотивите и потребите, тогаш ќе можат и да го формулираат и разработат маркетинг-миксот. Прилично е тешко дешифрирањето на несвесните мотиви и начинот на кој можеме да допреме до нив.

Честопати нешто ќе купиме, а не ги знаеме вистинските причини за тоа. Луѓето не ги знаат вистинските причини за своето однесување. Рационализацијата се употребува како изговор за одредено однесување. На прашањето: "Зошто ги миете забите?", многумина би одговориле дека причината за тоа е да не се расипат истите. Но, доколку тоа е вистинската причина, зошто одредени поединци ги мијат веднаш по станувањето од спиење. Во овој случај се појавува нова причина, за да се ослободат од лошиот здив, а потсвесно, тоа е само уште една здобиена навика.[10]

Компанијата "Несле нутришан" (Nestle nutrition) на пазарот лансирала нов производ – Nutrament, кој требало да допре до определена таргет-група на потрошувачи, односно за оние на кои им е потребно дополнително количество енергија која може да се конзумира како пијалок по напорните вежби. Исто така истата таргет-група се и потрошувачите кои имаат потреба или за себедокажување или за љубов и припадност. Производот не се продавал најдобро и се соочил со брз крај на својот животен циклус. Одделот за маркетинг по напорно истражување заклучил дека продуктот се купува многу добро во продавниците каде е пласиран. Конзументите кои го купувале производот биле зависници од лекарства, кои не можат да дигестираат регуларен оброк. Тие го користеле Nutrament како замена за оброк. Нивната мотивација за да го купат продуктот била тотално различна од мотивацијата која првично фирмата ја замислила пред да го пласира продуктот на пазарот. Овие потрошувачи биле на психолошкото ниво од хиерархијата на мотиви. Поради поголемата побарувачка за производот, наменет исклучиво за потребите на потрошувачите од токму овој профил, фирмата морала да го редизајнира производот за да подобро се прилагоди на потребите на потрошувачите кои го побаруваат[11].



[9] Како што наведуваат самите автори- Бошко Јаковски и Снежана Ристевска- Јовановска, одлуката за купување е ретко резултат на одреден и единствен мотив.

[10] Кипроски А., "Психологија во трговијата", Културно- просветна заедница на Скопје, Скопје, 1993,стр.76

[11] http://www.nestle-nutrition.com/products/Product.aspx?ProductId=3f90eba8-f5c3-4969-9c24-17617347d168

4. Перцепција

Дразбите од надворешната средина кои ги прима човекот не формираат веднаш ментална слика на објектот, сликата се формира по мисловното процесирање кое се нарекува перцепција[12].

Перцепцијата опфаќа процес преку кој поединецот одбира, доживува и интерпретира влезни информации, што служат како конструктивна рамка за интерно градење на разбирлива слика за светот, односно перцепцијата е процес со кој индивидуата ги прима стимулансите од надворешната средина и им дава смисла, согласно со своето претходно знаење, памтење, очекувања, фантазија, верувања, ставови и својата личност.[13]

Односот помеѓу некое стимулирање и реакцијата на тоа стимулирање во физичкиот свет обично е многу едноставен и со доволно познавање на физичките закони нема да ни биде проблем да пресметаме каква било проблематика.

Пример: Реакцијата практично однапред целосно е предвидлива, ако ни е познат волуменот на еден плин и ако ни е познато колку тој плин се шири под дејство на зголемена температура, нема воопшто да ни биде тешко да пресметаме колку температурата од, да речеме 60°C (стимулирање) ќе делува на зголемување на волуменот на тој плин (реакција).

Меѓутоа, кај човекот нема однапред предвидливи реакции на стимулирањето. За илустрација на таквото тврдење, да наведеме еден пример:

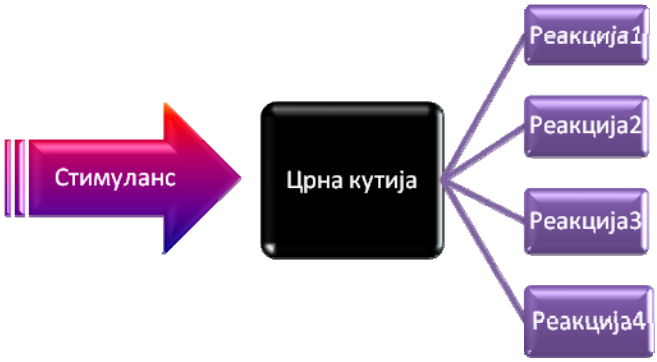
Да замислиме дека еден ден со брзање доаѓаме дома, бидејќи за еден час треба да бидеме подготвени за пат, и во поштенското сандаче наоѓаме писмо. Нервозно го отвораме, бидејќи мислиме дека можеби пред поаѓањето на пат пристигнало уште едно важно соопштение. Меѓутоа, во писмото наоѓаме пропаганден оглас на една трговска конфекциска куќа. Во таков момент веројатно револтирани ќе го фрлиме таквиот оглас Меѓутоа, ако тој оглас го најдовме во своето поштенско сандаче во едно здодевно саботно попладне, враќајќи се дома и не знаејќи што да правиме тоа попладне - најверојатно тој оглас би го земале со себе и со интересирање би го прочитале во својата соба. (Читателот треба да се присети дека во ситуацијата на долго чекање без некоја обврска, секој материјал кој би можел да ја разбие монотонијата е добредојден, па така доаѓа и до тоа во

[12] Јаковски Б., Ристевска-Јовановска С. ,“ Однесување на потрошувачите”, ЕУРМ, Скопје, 2009, стр. 121
[13] Јаковски Б., Ристевска-Јовановска С. ,“Маркетинг ”, седмо издание, 2004, стр. 117

различни чекалници, во недостиг на друг материјал, го читаме инвентарот закачен на ѕидот)[14].

Како што гледаме, нашата реакција во двата случаи била различна, бидејќи тоа стимулирање (оглас) дошло во секој од овие случаи на поинаква "подлога", односно на поинаква наша состојба и расположение.

Психолозите тој однос помеѓу стимулирањето и реакцијата кај човекот ја прикажуваат како што е прикажано на слика 1:



Извор: Hoyer W.D., Macinnis D.J.,"Consumer Behavior"5th edition, Cengage Learning, South-Western USA, 2009

Слика бр. 1: Реакција помеѓу стимулирањето и реакцијата кај потрошувачите

Трансформацијата на стимулирањето е фактот дека многу стимулации и не допираат до човекот зашто тој нема сетилни органи со кои тие стимулирања би можел да ги регистрира. Така на пример:

- ние не сме чувствителни на звучни бранови под 20 и над 20.000 треперења во секунда;

[14] Petz B., "Psihologija u ekonomskoj propagandi", Drustvo ekonomskih propagandista, Zagreb, 1976, стр. 18

- не гледаме светлосни бранови кои се "вон" видливиот спектар (кои се помеѓу 380 и 720 милиони милиметри должина на бранот);
- не го чувствуваме магнетизмот[15].

Меѓутоа, и покрај извесното "филтрирање" на имитирањето, сé уште огромно множество на имитирања пристигнуваат во човековите рецептори, а преку нив и до мозокот. Се претпоставува дека само преку видните сетилни станици во централниот нервен систем во секој момент пристигнуваат повеќе од 260 милиони информации, (преку звучните сетилни станици 48.000 информации, а преку другите органите околу 78.000 информации). Затоа еден психолог вели дека за да ги обработи мозокот информациите кои му пристигнуваат само преку очите, мора да има волумен од "една кубна светлосна година", а тоа значи дека нервниот систем мора да игнорира многу од она што пристигнува до него, па според тоа тој треба да биде многу селективен. (И покрај ова, во мозокот се складираат од 100 милиони до милион милијарди податоци).

Функцијата **набљудување** (забележување) во психологијата е наречена перцепција. Како што може да се види, перцепцијата не е "слика" на физички имитирања, туку е структурално доживување кое настанало со процесот на селекција, интеграција и организација на имитирањето.

Перцептивното и конгнитивното поле во својата суштина е организирано и смислено, тоа значи дека ако имитирањето нема дефинирана структура, човекот со својата перцепција претендира на имитирањето да му даде некаква структура, а за состојбата на човековиот организам, како и за неговата психичка констелација во тој момент, зависи каква структура човекот ќе му даде на таквото дифузно имитирање.

Така, на пример, познат е експериментот, во кој група гладни испитаници краткотрајно проектираните на платно различно обоени дамки, без никаква смисла или содржина, поголем број од нив ги протолкувале како слики на храна. Впрочем, на психолозите, кои работат со проективни техники многу добро им е позната тенденцијата на структурирање.[16]

Перцепцијата е **селективна** и тоа во двојна смисла: таа може да биде селективна на тој начин што, вниманието ќе ни биде насочено претежно на оние положби кои се значајни или кои се од интерес за организмот. (Ако сме премногу гладни, многу добро ќе ја забележиме секоја имитација која значи "храна"; ако купуваме костум тогаш ќе бидеме многу селективни за многу детали на туѓите костими и на костимите што ќе ги забележиме). Перцепцијата исто така може да биде и **селективна** во смисла на искривување, односно доаѓа до дисторзија на оние имитирања кои не се во

[15] Blake R., Sekuler R., "Perception",fifth edition, McGrawHill, Singapore, 2006, стр.29
[16] Petz B., "Psihologija u ekonomskoj propagandi", Drustvo ekonomskih propagandista, Zagreb, 1976, стр. 23

сообразност со моменталните состојби: на пример, ако сме "заљубени" во својот автомобил, сите други автомобили нема да ни изгледаат привлечно.

На селективноста на перцепцијата и на нејзината дисторзија на перцепцијата во прв план делуваат мотивите и ставовите.

4.1. Влијанието на мотивот на перцепцијата

Ваквото влијание можеме да го дефинираме како сила која однатре го поттикнува човекот на акција и кој е насочен кон некоја цел. Ваквата реакција е толку секојдневна што воопшто и не ја забележуваме. Меѓутоа, најобичните примери покажуваат колку е големо ова влијание, на пример, ако некоја жена атрактивно облечена поминува низ улица, другите жени прво ќе ја перцепираат нејзината гардероба, додека машкиот пол прво ќе ја перцепира нејзината става и изглед.

4.2. Влијанието на ставот на перцепцијата

Претставува подготвеност на организмот позитивно или негативно да реагира на извесни предмети, личности или ситуации. Брунер и Гудман во еден експеримент со сиромашни деца констатирале дека нивното размислување за кованата (американска) пара е повеќе искривено (претерано во смисла на големината) според што била поголема вредноста на парите за сиромашните деца.Од ова не би требало да се заклучи дека високото вреднување на нешто е задолжително проценување на големината, зошто може да се случи и обратното. Стајтон и Вејнер утврдиле дека луѓето кои особено сакале да поседуваат автомобил од марката Фолксваген (Volkswagen - VW) ја потценуваат перцепираната големина на автомобилот, бидејќи Фолксвагенот им изгледа помал од тоа што всушност е. Бидејќи "малото" во овој случај е саканата особина на Фолксвагенот, вообичаената насока на перцептивната дисторзија е - обратна.

Значењето на перцепцијата за однесувањето на човекот се состои во тоа што тој во своето однесување се регулира со таа ситуација како таква што тој ја перцепира, а не таква каква што таа е објективна.

5. Учење

Учењето како процес е многу важно за академиците, психолозите, истражувачите за потрошувачкото однесување и маркетарите. Причината поради која маркетарите се заинтересирани за начинот на кој потрошувачите учат, е поради интересот за подучување на истите за производите, нивните

карактеристики, позитивни страни, како и каде можат да се купат, како да се користат, одржуваат или дури и како да ги продадат.

Маркетинг стратегиите се базирани на комуникација со потрошувачот директно преку пропагандни пораки, или индиректно преку присуството на производот, неговото пакување, цена и дистрибутивни канали. Маркетарите сакаат нивната комуникација да биде забележана, запаметена и повторно да се бара.

Што претставува самото учење? Учењето е начин на кој луѓето го менуваат она кое што го прават како резултат на награди, казни или други искуства во животот.[17]

Според професор Јаќовски, учењето претставува континуиран процес на измени во однесувањето на поединците кои произлегуваат од искуството.[18]

Потрошувачкото учење е процес кој континуирано се развива и менува, како резултат на ново-здобиеното знаење или од личното искуство. Без разлика за кое се работи, истите служат како фидбек на индивидуалецот за да се повика на него кога ќе се најде во слична ситуација.

Некои пропагандни пораки може да вклучат во нив учење, па дури и вниманието на потрошувачот да е на друго место, може да го привлече и натера да ги запамети истите. Други пропагандни пораки можат да бидат побарувани и внимателно разгледувани за да помогнат на потрошувачите да ја донесат крајната одлука за купување.

Учењето може да вклучи неколку елементи во себе[19]:

1. Мотивација
2. Стимуланси (потсетници)
3. Одговор (реакција)
4. Засилување

5.1. Мотивација

Мотивацијата претставува потпора на учењето. Мора да напоменеме дека мотивацијата е базирана на потреби и цели. Каква улога игра во

[17] Funder D.C., "The personality puzzle", third edition, W.W. Norton & Company, London, 2004, стр. 6
[18] Јаќовски Б., Ристевска-Јовановска С. ," Однесување на потрошувачите", ЕУРМ, Скопје, 2009,стр. 146
[19] Schiffman G. L., Kanuk L.L., Hansen H., "Consumer behavior" a European outlook, Prentice Hall, UK, 2008,стр. 208

учењето? Суштината на мотивацијата во процесот на учење може да се долови преку пример.

Да претпоставиме дека маж и жена сакаат да станат добри тенис играчи. Тие се мотивирани да учат и вежбаат напорно за да ја постигнат својата цел. Тие ќе бараат информации за цената, квалитетот или карактеристиките на опремата, за да научат што сé ќе им биде потребно за да ја реализираат својата желба.

5.2. Стимуланси (потсетници)

Ако мотивите служеа да го стимулираат учењето, потсетниците се стимули кои даваат насока на овие мотиви. Една пропагандна порака може да биде потсетник или стимуланс кој дава сугестија на одредена личност, на специфичен начин да го задоволи главниот мотив. Стимулансите служат на директните потрошувачки нагони кога се истите содржани од нивните очекувања.

5.3. Одговор (реакција)

Како индивидуата реагира на одреден нагон или стимуланс, односно како таа ќе се однесува во иднина, е пропишано во начинот на кој истата реагира. Учењето може да се појави и во случај кога одговорот не е доволно јасен.

Така на пример, производителите на коли кои оставаат постојано стимуланси на своите потрошувачи, не значи дека секогаш успешно ќе допрат до нив преку истите, а дури и да предизвикаат интерес, не значи дека ќе предизвикаат и купување. Ако производителот успее да формира посакувана форма на модел на кола во потрошувачкиот ум, кога потрошувачот ќе биде подготвен да купи, повеќе од веројатно е дека ќе го побара токму тој модел.

Потребата или мотивот можат да разбудат цела палета на можности и одговори. Каква рекација ќе има потрошувачот, зависи од претходното знаење, како и од новите информации кои ќе го збогатат неговото познавање и ќе отворат нова перспектива или ќе ја зацврстат веќе постоечката слика за производот или услугата.

5.4. Засилување

Засилувањето на стимулансите ја зголемува веројатноста дека во иднина ќе се појави специфичен одговор како резултат на посебен потсетник

или стимул. Засилувањето на стимулансите го забрзува самиот процес на учење.

Учењето може да биде стекнато преку условен или безусловен стимуланс. Пример за условен стимуланс е експериментот на Павлов.[20]



Слика бр. 2 : Павлов модел на класично условување

Експериментот на Павлов го разгледува дигестивниот процес кај животните. Во спроведувањето на експериментот, Павлов забележал дека кучето реагирало кога слушало ѕвонче. Ова се случувало поради тоа што кучето научило да ги поврзува неговите неусловени стимулатори (обично хранењето), со неутралните стимулатори на ѕвонењето на ѕвончето спојувајќи ги со процесот на јадење. Новото учење се појавува како резултат на позитивно засилување, а старите шеми на однесување се напуштаат како резултат на негативното засилување.[21]

Како значајна компонента на целиот процес на учење, мора да се истакне **повторувањето**. Повторувањето ја зголемува силата на поврзувањето меѓу условениот и безусловениот стимуланс и го забавува процесот на заборавање. Истражувањата покажуваат дека има граница во количината на повторување која го зацврстува здружувањето на стимулансите. Претераното и недоволното повторување играат голема улога во формирањето на потребите и мотивите.

[20] Иван Петрович Павлов бил руски научник и физиолог познат по неговите експерименти со кучиња. Со својата теорија за условните рефлекси и со други трудови од областа на вишата нервна дејност ги поставил темелите на материјалистичкото толкување на највисоките функции на кората на големиот мозок. Во 1904 ја добил Нобеловата награда за медицина и за физиологија за научно истражување однесувајќи се на системот за варење.

[21] http://nobelprize.org/educational/medicine/pavlov/readmore.html

6. Верување и ставови

Верувањата се базираат на знаење. Она што го имате научено за некој производ го одредува она што го верувате за производот. Разбирањето на имиџот на производот бара разбирање на верувањата на потрошувачите за производот.

Верувањата може да се дефинираат како субјективни проценки за односот помеѓу две или повеќе работи.

За разлика од верувањата, ставот претставува неврална и ментална подготвеност формирана врз основа на искуството, која врши директивно и димнамичко влијание на реагирањето на поединецот на објекти и на ситуации со кои доаѓа во допир.[22]

Ставот претставува клучен концепт во психологијата. Дали еден став ќе влијае на процесите на толкување или вклопување, зависи од достапноста на меморијата или од веројатноста да биде активирана истата.

Ставовите можат да се мерат директно и едноставно преку барање од корисниците да направат оценка на концептот на интересот.

Производителите се значително заинтересирани за присуството на пазарот, мерка на однесување која е поврзана со купувањето и ги покажува пропорциите на продажба во категоријата на производот.

Ставовите можат да се измерат и пресметаат. Најсоодветна формула и модел поставил Мартин Фишбејн, кој е основач на мултикарактеристичниот модел на ставовите. Во овој модел, општиот став кон објектот е функција составена од два фактора: интензитет на доминантните верувања поврзани од објектот, и оценка на тие верувања[23].

Моделот може да се прикаже преку следната формула[24]:

Каде,

C_0 – став кон објектот,

$И_i$- интензитет на верувањето дека објектот ја поседува карактеристиката i,

[22] Јаковски Б., Ристевска-Јовановска С. ,“ Однесување на потрошувачите”, ЕУРМ, Скопје, 2009,стр. 160

[23] Peter P.J., Olson J. C., “Consumer behavior and marketing strategy”, eight edition, The McGraw-Hill Companies Inc., 2008, стр. 143

[24] http://zimmer.csufresno.edu/~johnca/spch100/6-7-fishbein.htm

O_i- оценка на карактеристиката i,

n- број на доминантни верувања за објектот..

Моделот на Фишбејн го претставува процесот на вклопување, со кој знаењето за производот е комбинирано за да формира целосна оценка или став. Истиот нема за цел да даде опис на реалните сознајни операции со кои знаењето се вклопува.

7. Заклучни согледувања

Човековата природа е сложена па затоа не е доволно да се допре до разумскиот, интелектуалниот дел. Потребна е сетилна основа за да може да се издигне кон повисоките сфери. Несвесното си има свој симболичен јазик на соопштување преку слики. Симболот има многу нивоа на значења кои продираат понатаму од свесниот дел на човековата севкупност, активирајќи ги архетипските модели, чувствата, но и она што може само да се почувствува, интуитивното сознание.

Не постои истражување во кое не биле донесени истите заклучоци, дека човекот е емоционално битие и реагира во дадените моменти најчесто според своите емоции. Се поставува прашањето, зошто потрошувачите реагираат прво преку емоции, па потоа навлегуваат длабоко во проблемот преку разумскиот дел од свеста? Одговорот може да се проследи со пример.

Доколку некој објект е фрлен кон нас и лета со огромна брзина, дали ние ќе застанеме и ќе се запрашаме што е тоа што доаѓа накај нас, кога ќе стигне или ќе реагираме рефлексно и ќе се тргнеме пред да нé удри? Мозокот е програмиран да ја детектира заканата преку милиони сензори кои се надразнуваат во секоја секунда.

Потребите, мотивите, мотивацијата, перцепцијата, верувањата и самото знаење на потрошувачите како дел од човековиот начин на функционирање, се појавуваат како главни актери кои се во фокусот на вниманието на маркетарите. Она што треба да се следи, е начинот на кој треба да ги активираме сите овие актери и да одговориме на предизвиците кои ги поставуваат нашите потрошувачи.

Несвесниот дел од човековата психа е делот кој ги интригира истражувачите за откривање и разбирање на потрошувачкиот начин на однесување.

Она што треба да го направиме е да допреме до несвесниот дел на нашите потрошувачи, бидејќи самиот почеток на донесување на одлука за купување лежи во психолошките фактори кои делуваат на самите нив. Како може да се изведе тоа? Инволвирање на емоциите во нашите производи, услуги преку боја, текст, збор или убедување од страна на продажниот кадар е дел од нашите напори кои мораме да ги дадеме за да постигнеме успешна продажба и да допреме до нашите потрошувачи.

Истражувањата покажуваат дека доколку на човек му покажеме збор како на пример "љубов" или "среќа", веднаш во него се побудуваат пријатни чувства поради тоа што се присетува на минатите искуства, за разлика од зборот "болка", што буди меланхолични чувства. Интересните глаголи изнудуваат повеќе фасцијални гестикулации отколку придавките.

На крај доаѓаме до прашањето: дали вреди да се набљудуваат психолошките фактори и колку тие ќе имаат успешност во делувањето на продажниот кадар за да ги убедат потрошувачите да донесат одлука за купување? Тоа што треба да го знаеме е дека во личноста на секој поединец настануваат сите одлуки и токму оттаму поаѓаат и се извршуваат сите купувања, па аналогно на тоа секој напор на нивното проучување не е залуден.

Summary

Deep analysis of the person, its perception, motivation, the way to acquire the knowledge, beliefs and attitudes, are the key element of marketing to win at reaching the consumers themselves. The whole process of buying decision begins inside the person, or in its psyche. Unconscious connection between thoughts, feelings and behavior is enough to make us suspect in mind, that it is not a simple place and getting to know yourself and others is quite a complex thing.

***Key words**: personality, consumer behavior, needs, motivation, perception*

Литература

1. Blake R., Sekuler R., "Perception",fifth edition, McGrawHill, Singapore, 2006
2. Eysenck H. J., Eysenck B. G. S., "Manual of the Eysenck Personality Questionnaire", Hodder and Stoughton, London, 1975
3. Eysenck H. J., Eysenck B. G. S., "Manual of the Eysenck Personality Questionnaire", Hodder and Stoughton, London, 1975
4. Feist G.J., Feist J., "Theories of personality" sixth edition, McGraw- Hill education, New York, 2006
5. Funder D.C., "The personality puzzle", third edition, W.W. Norton & Company, London, 2004
6. Јаќовски Б., Ристевска-Јовановска С. ," Однесување на потрошувачите", ЕУРМ, Скопје, 2009
7. Јаќовски Б., Ристевска-Јовановска С. ,"Маркетинг ", седмо издание, 2004
8. Кипроски А., "Психологија во трговијата", Културно- просветна заедница на Скопје, Скопје, 1993
9. Petz B., "Psihologija u ekonomskoj propagandi", Drustvo ekonomskih propagandista, Zagreb, 1976
10. Peter P.J., Olson J. C., "Consumer behavior and marketing strategy", eight edition, The McGraw- Hill Companies Inc., 2008
11. Ристевска-Јовановска С., Јаќовски Б., "Однесување на потрошувачите", 2 издание, Економски факултет, Скопје, 2004
12. Schiffman G. L., Kanuk L.L., Hansen H., "Consumer behavior" a European outlook, Prentice Hall, UK, 2008
13. http://www.panarchy.org/kluckhohn/personality.1953.html
14. http://www.nestle-nutrition.com/products/Product.aspx?ProductId=3f90eba8-f5c3-4969-9c24-17617347d168
15. http://nobelprize.org/educational/medicine/pavlov/readmore.html
16. http://zimmer.csufresno.edu/~johnca/spch100/6-7-fishbein.htm

316.774 : 178.7(497.7)

Асс. м-р **Мимоза СТАМЕНКОВСКА**

МАРКЕТИНГ И ДРУГИ АКТИВНОСТИ ПРОТИВ ШТЕТНОТО ВЛИЈАНИЕ НА ПУШЕЊЕТО ВРЗ ЗДРАВЈЕТО НА ЛУЃЕТО ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Апстракт

Денес пушењето претставува главен ризичен фактор за развој на рак на белите дробови, на дишните патишта и на бубрезите, без разлика дали се работи за активни или пасивни пушачи.

Промоцијата на пушењето цигари во многу земји е регулирана со разни правни прописи. Тоа се прави со цел да се намали штетното влијание на пушењето врз здравјето на луѓето. Пушењето предизвикува голем број смртни случаи и доведува до настанување на високи трошоци за лечење од болести што ги предизвикува пушењето или користењето на другите производи од тутун.

Македонија е втора земја во Европа според бројот на пушачите. Македонците годишно пушат 11.000 тони цигари, или просечно, секој Македонец пуши околу пет килограми. Нашата земја троши околу десет милиони евра за лекување на болестите предизвикани од пушењето.

Во Република Македонија согласно Законот за заштита од пушењето, се забранува пушење во одредени јавни простории, промовирање на цигари, а се уредува и заштитата од штетните дејства на пушењето тутун и други производи од тутун врз граѓаните, како и зачувувањето на здрава животна средина.

Клучни зборови: *маркетинг, пушење, промоција, забрана, тутун, цигари, болести, пушачи*

Вовед

Околу 1.1 милијарда луѓе низ целиот свет пушат и бројот на пушачи продолжува да расте. Меѓу пушачите, 84% живеат во земјите во развој и земјите во економска транзиција. Моментално, 5 милиони луѓе годишно умираат заради пушење, втора водечка причина за смртност на светско ниво. Доколку продолжи актуелниот образец на пушење, се проценува дека до

2020 година по 10 милиони луѓе годишно ќе умираат заради пушење. Големо мнозинство од пушачите започнуваат со употреба на тутун пред да станат полнолетни. Меѓу младите пушачи, приближно една четвртина ја испушиле својата прва цигара пред да навршат 10-годишна возраст.

Македонците годишно пушат 11.000 тони цигари, или просечно, секој Македонец пуши околу пет килограми.

Пушачите имаат значително покачен ризик за повеќе видови карцином, особено карцином на белите дробови, и сé поголем ризик за срцеви заболувања, мозочни удари, емфизем и многу други фатални и нефатални заболувања.

Ефективното негативно промовирање на тутунот е соодветен правен лек. Негативното промовирање ќе биде успешно доколку успее да ги побие маркетинг активностите на тутунската индустрија и им ја претстастави вистинската слика на луѓето во врска со дејството на тутунот врз нивното здравје.

1. Забрани за пушење на јавни места во Република Македонија

Според најновиот Закон за заштита од пушењето во Република Македонија[1], се забранува пушење во одредени јавни простории, промовирање на цигари, а се уредува и заштитата од штетните дејства на пушењето тутун и други производи од тутун врз граѓаните, како и зачувувањето на здрава животна средина.

Согласно Законот за заштита од пушењето, јавни простории се објекти за воспитно образовна дејност, здравствени објекти и социјални установи, отворени и затворени простории во кои се одржуваат спортски натпревари и културни манифестации, собири и приредби, јавен превоз на патници, објекти во кои се произведува, служи, продава или конзумира храна, како и други простории како сали, канцеларии, чекални и ходници. Исто така, правното лице сопственик на овие јавни простории треба да обезбеди просторија за пушачите, а во останатите да го истакне Законот за забрана на пушењето.

Со Законот за заштита од пушење не е забрането да се пуши само на отворен простор и во приватните домови на луѓето. На улица, плоштад, тротоар, парк или на која било друга отворена јавна површина пушењето не е забрането, освен во случаи кога на таа отворена јавна површина се одржуваат спортски натпревари, културни и забавни манифестации, собири

[1] Службен весник на Република Македонија, број 35/2010

и други јавни приредби. Тогаш пушачите ќе мора да се воздржат и цигара да запалат по завршување на манифестацијата или на собирот.

Глобалното истражување за здравјето на адолесцентите[2] (ГИЗА) во 2007/2008 во Македонија направи истражување со репрезентативен примерок од ученици во 7 и 8 одделение од основното образование и I и II година од гимназиското образование. 30 училишта беа селектирани да учествуваат во истражувањето и вкупно 2.114 прашалници беа пополнети во сите 30 училишта. Главна цел на глобалното истражување за здравјето на адолесцентите (ГИЗА) во 2007/2008 во Македонија беше да обезбеди прецизни податоци за навиките и ставовите на учениците кон пушењето и да се воспостави тренд за однесувањата во врска со здравјето во функција на евалуација на здравствената промоција кај младите и во училиштата.

Според истражувањето на ГИЗА, 50.6% од учениците во Република Македонија кои пушеле цигари во еден или повеќе денови во изминатите 30 дена првпат запалиле цигара на возраст од 13 или помалку години. Машките ученици (55.8%) почесто од женските ученици (45.8%) првпат запалиле цигара на возраст од 13 или помалку години. Машките ученици (53.3%) значително поретко од женските ученици (65.0%) се обиделе да престанат со пушење.

Таб. 1**:** *Пушење кај учениците, по пол и возраст, Македонија, 2007*

Прашање	Вкупен % (ИД)	Пол		Возраст	
		Машки % (ИД)	Женски % (ИД)	13-15	16 и повеќе
Од учениците кои пушеле цигари во текот на еден или повеќе денови во изминатите 30 дена, процент на оние кои првапат запалиле цигара на	50.6 (43.5 - 57.7)	55.8 (45.5- 66.2)	45.8 (37.7 - 53.9)	58.8 (52.4 - 65.3)	38.4 (26.4 - 50.4)

[2] http://www.unicef.org/tfyrmacedonia/SchoolBasedHealthSurvey__Macedonian.pdf

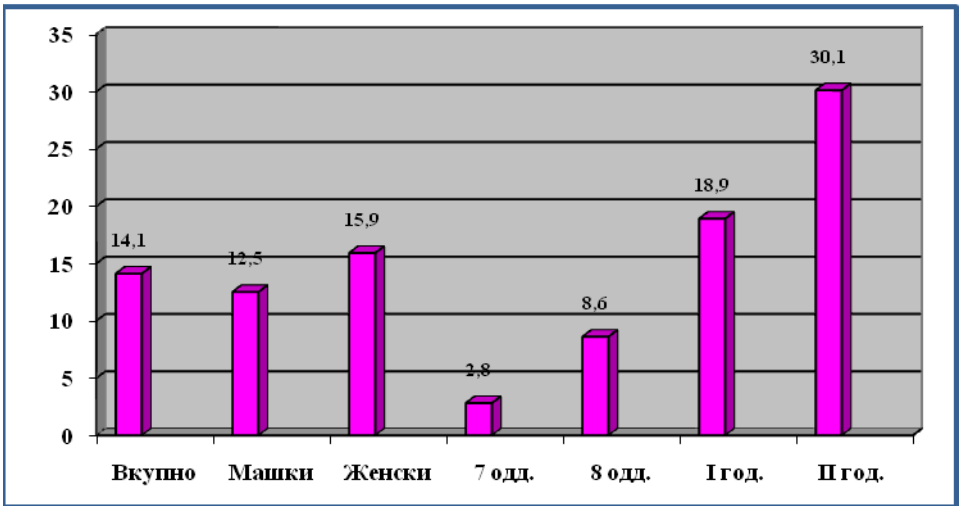
возраст од 13 години или помалку					
Процент на ученици кои пушеле цигари во еден или повеќе денови во изминатите 30 дена	14.1 (11.1 - 17.2)	12.5 (9.3- 15.7)	15.9 (11.9 - 19.8)	10.5 (8.2 - 12.9)	30.0 (24.2 - 35.8)
Од учениците кои се обиделе да купат цигари во изминатите 30 дена, процент на ученици кои биле одбиени да им продадат цигари заради нивната возраст	17.4 (12.5 - 22.4)	19.4 (12.3- 26.5)	14.2 (7.6 - 20.8)	19.7 (13.1 - 26.3)	12.9 (7.4 - 18.5)
Меѓу учениците кои пушеле цигари во изминатите 12 месеци, процент на оние кои се обиделе да престанат да пушат	59.4 (51.9 - 66.8)	53.3 (42.1- 64.5)	65.0 (56.7 - 73.3)	57.7 (48.7 - 66.7)	62.2 (53.6 - 70.7)
Процент на ученици кои веројатно или сигурно би пушеле доколку некој од нивните	17.6 (13.6 - 21.6)	15.8 (11.8- 19.8)	19.8 (14.8 - 24.8)	14.5 (10.3 - 18.6)	32.7 (27.0 - 38.4)

најдобри пријатели им понуди цигара					
Процент на ученици кои се изјасниле дека имало други луѓе кои пушеле во нивно присуство во текот на еден или повеќе денови во изминатите 7 дена	71.2 (67.2 - 75.2)	68.9 (63.9- 73.9)	74.1 (69.6 - 78.6)	68.6 (65.2 - 72.0)	82.9 (75.1 - 90.8)
Процент на ученици кои имаат родител или старател кој употребува било каков вид тутун	45.9 (42.4 - 49.4)	43.1 (39.0- 47.2)	49.2 (44.9 - 53.5)	44.6 (40.1 - 49.0)	51.0 (45.1 - 56.9)
Процент на ученици кои ја поддржуваат забраната за пушење на јавни места	83.3 (80.7 - 85.9)	82.1 (79.6- 84.7)	84.4 (81.1 - 87.7)	84.5 (81.5 - 87.6)	78.0 (74.3 - 81.6)

Извор: http://www.unicef.org/tfyrmacedonia/SchoolBasedHealthSurvey__Macedonian.pdf

*95% интервал на доверба

Граф. 1: *Процент на ученици кои пушеле цигари во текот на еден или повеќе денови во изминатите 30 дена*



Извор: http://www.unicef.org/tfyrmacedonia/SchoolBasedHealthSurvey__Macedonian.pdf

Според податоците објавени од страна на Светската здравствена организација по повод прославувањето на светскиот ден за борба против пушењето, на 31 мај 2010, Македонија се наоѓа на високото второ место.[3] По сé изгледа агресивната кампања на владата не вроди некои резултати, бидејќи и покрај тоа што е забрането да се пуши во кафеани, ноќни барови, диско-клубови и покрај тоа што кутиите со цигари станаа излепени со шокантни слики на бели дробови на пушачи, а на телевизија се емитуваат реклами против пушењето, во државава се конзумираат околу 11 илјади тони цигари годишно. Ова би значело дека во просек еден жител на земјава пуши по пет и пол килограми цигари годишно. Само за цигари лани се потрошиле рекордни 62 милиони евра, што е за 50 проценти повеќе во однос на 2008-та.

Алармантен е и податокот што во земјава е намалена возрасната граница од кога се започнува со пушењето цигари така што според податоците, околу 10 проценти од пушачите се помлади од 15 години. Овие рекордни податоци Македонија ги регистрира во услови кога во земјата важи законот за заштита од пушење кој предвидува целосна забрана на пушењето во јавните објекти. Сепак и покрај големите надежи на владата, бројот на

[3] http://www.telegraf.mk/zakonot-protiv-pushenje-ne-donese-rezultati.html

пушачите не се намалил, а во исто време се јавиле и нерегуларности во работењето на некои од угостителските објекти, кои владата сепак ги толерира. Граѓаните признаваат дека законот им пречи, но не ги натерал да ги остават цигарите.

2. Маркетинг активности против пушењето во Република Македонија

А.) Контра-промовирање

За успешна контра-промовирачка кампања се потребни седум главни карактеристики:[4]

1. Контра-маркетинг промотивната програма мора да биде долгорочна;
2. Сеопфатната контра-маркетиншка програма треба да се состои од интегрирани, но не и изолирани компоненти;
3. Контра-маркетиншките програми мора да се интегрирани во поголеми програми за контрола на тутунот;
4. Контра-маркетиншката програма мора да биде компетентна во однос на културата на народите;
5. Контра-маркетиншката програма треба да е стратешка;
6. Контра-маркетиншката програма треба да се евалуира;
7. Контра-маркетиншката програма треба да биде адекватно финансирана;

Б.) Промоција против пушењето

Промоцијата е начин да се зборува со публиката. Тоа е комуникациска тактика. На пример, доколку сакате луѓето да се откажат од цигарите треба да им дадете причина зошто тоа да го направат- кои се предностите доколку се откажат од пушењето, високото количество на никотин во нив, чувството на независност. Промоцијата претставува единствен начин да се претстават на еден јасен и убедлив начин бенефициите од откажувањето од пушењето.

Доколку кампањата за контрола на тутунот се разгледува како конверзација, тогаш, многу е битен начинот на кој се зборува при

[4] Chapter 1: Overview of Counter-Marketing Programs, Designing and Implementing an Effective Tobacco Counter-Marketing Campaign, 2010

рекламирањето. При промоцијата против пушењето, пораките се пренесуваат директно на одредена публика, публиката постојано е изложена повеќе пати на истите промотивни пораки, се има поголема контрола на тонот и содржината на пораката која се пренесува, како и кога, каде и колку често луѓето го слушаат тоа. Ефективното промовирање го зголемува знаењето, ги побива митовите и влијае на однесувањето.

За да успее промовирањето против пушењето, потребно е да ги исполнува следниве минимални критериуми:

- Да им понуди надомест на членовите на целната публика што би го ценеле и со тоа би влијаела на промената на нивните уверувања, ставови и однесување;
- Да се исконтактира целната публика онолку пати колку што е потребно да се разбере пораката,
- Да се привлечат членовите на публиката на начин на кој ќе разберат и ќе почуствуваат дека се сфатени.
- Иако најефикасните реклами ги прават рекламните агенции-фирми кои се специјализирани во анализирање на публиката, менаџерот на контра-маркетингот не треба само да ги плаќа сметките и да ја остави агенцијата да прави што сака. Менаџерот мора да се осигура дека промотивните пораки се повеќе од забавни и информативни. Програмскиот менаџер мора да ги унапредува целите на целокупната програма и дека се задоволени трите минимални критериуми. Потоа, менаџерот треба да обезбеди постигнување на целта со одредени парични трошоци и временска рамка.

В.) Пораки

Една порака не може да биде наменета за секоја публика во секоја држава. За контрола на тутунот се користат неколку стратешки пораки. Но, пред да се одлучи која порака да се пренесе најдобро е прво да се тестира пред целната публика.

Најстариот и најочигледен апел на контролата на тутунот е аргументот дека тутунот штетно влијае на здравјето на луѓето. Пораките се со различен интензитет: [5]

- некои нагласуваат смрт, а
- другите се фокусираат на болестите предизвикани од тутунот.

[5] *Massachusetts Tobacco Control Program*

Пораките може да бидат во форма на статистички и графички податоци, слики, лични исповеди или комбинација од сите овие форми.

Сл. 1: *Статистички податоци за смтрни случаи во САД предизвикани од пушење*



Што ги прави овие пораки слични едни со други: Пораките за ефектите на тутунот на здравјето честопати ги драматизираат ризиците од пушење или џвакање на тутун. Некои пораки од овој тип се фокусираат на подолгорочни термини (пократок живот или агонизирачка смрт), додека другите се фокусирани на пократкорочни термини (штетните ефекти на тутунот кај младите). Сепак постојат расправии околу истражувачите околу овие пораки, околу тоа дека за многу пушачи, тинејџерите и помладите возрасни, идејата за живот со ефектите предизвикани од тутунот е позастрашувачка отколку помислата за смртта предизвикана од цигарите.

Сл. 2: *Ознаки на цигари со заплашувачки пораки*





Пристапот со штетните ефекти на тутунот врз здравјето е критикуван од некои луѓе дека е неефективен. Тие дури тврдат дека многу луѓе иако знаат дека пушењето е штетно, тие и понатаму пушат цигари. Денес е битно да се презентираат информациите кои се нови или имаат една проникliва перспектива.

Други примери за ефектите на здравјето се лични исповеди кои биле пуштени во многу држави и земји. Овие огласи ги опишуваат физичките и емоционалните промени од животите на пушачите и нивните фамилии, преку лични исповеди на тие пушачи.

Пораките ги персонализираат ефектите на здравјето и ги прават важни за пушачите и нивните фамилии. Сепак повеќето луѓе не му веруваат

на ваквиот пристап, сметајќи ги таквите изјави за претерани и дека воопшто не се совпаѓа тоа што го прикажуваат и тоа што тие секојдневно го гледаат.

Г.) Односи со јавноста

Односите со јавноста се начин да се стапи во контакт со луѓето преку порака. Но, додека за промовирањето треба се купи простор и време, односите со јавноста се изведуваат преку медиумските вести, советници и други. Токму поради тоа, медиумите кои ги емитуваат се наречени "платени програми". За да се "заработи" покриеноста, потребно е да се обезбедат материјали, да се соработува со репортерите и да се прошират изворите преку еден континуиран, систематски процес.

Зголемувањето на веродостојноста на пораките е главниот фактор за односите со јавноста. Публиката знае дека тие пораки се наменети да влијаат на нив, или да ги проценат доста критички доколку им изгледаат неосновани. Јавноста чита весници и гледа вести, па за да ги прифатат информациите, тие треба да се објективни и точни.

Во земјава 35 отсто од населението, или 700.000 луѓе пушат. Македонија е на второ место во Европа според потрошувачката на тутун по жител, а пред нас е само Полска. Од пушачите во земјава 20 отсто се средношколци, а од 8 до 10 отсто се деца од основното образование. Владата во изминативе неколку години води медиумска кампања за штетноста на пушењето поткрепена со законска регулатива против пушењето, но реална помош за пушачите полесно и побрзо да се откажат од цигарите речиси и нема.

Нема клубови за пушачи, каде тие ќе добијат стручна помош и поддршка полесно да се ослободат од оваа зависност. Затајува и превентивната едукација на децата и возрасните за штетноста од пушењето врз здравјето.

"Постојат бројни законски прописи кои го ограничуваат пушењето, но потребно е севкупна кампања за подигање на свеста кај луѓето, да се објасни на младата популација за штетноста од цигарите".[6]

Министерството за здравство допрва ќе прави програми за едукативни предавања за штетноста од цигарите. Надлежните од Министерството велат дека засега не планираат да отворат центри или клубови за помош на пушачите да се одвикнат од цигарите, иако тоа е добра идеја за која ќе размислат. Тие објаснуваат дека заедно со националната канцеларија на Светската здравствена организација во земјава и Центарот за превентива на заразни болести од Атланта во САД прават истражување со

[6]проф. д-р Томе Стефановски од Клиниката за пулмологија и алергологија

кое треба да се види колку пушењето е раширено кај студентите од Медицинскиот, Фармацевтскиот и Стоматолошкиот факултет[7], и на високите школи за сестри и лаборанти во Скопје, Штип и Битола. Врз основа на овие податоци потоа треба да се предложат конкретни едукативни мерки за намалување на пушењето кај помладата популација.

"Истражувањето е во завршна фаза, а се размислува да се вклучат и едукативни предавања за штетноста на цигарите, кои ќе ги држат лекари од Институтот за јавно здравје во основните и средните училишта и на факултетите. Но ова сé уште е идеја во разработка според која и врз основа на можностите што ги имаме ќе ги вклучиме овие едукативни предавања во постојните превентивни програми или ќе направиме нова програма", велат од Министерството за здравство.

3. Влијанието на пушењето врз здравјето на луѓето во Република Македонија

Карциномот на белите дробови кај мажите е на прво место по смртност.[8] Годишно во земјава од карцином на белите дробови заболуваат околу 900 луѓе, од кои пак само кај 15 отсто е можен хируршки зафат, кој им го продолжува животот на болните во просек до пет години. Сите останати случаи имаат многу покус рок на преживување. Според пулмолозите и хирурзите, превенцијата и раното откривање на болеста се единствениот начин да се намали бројот на заболени и бројот на смртни случаи. Во превенцијата, велат тие, најважно е да се влијае кај населението да не пуши и постојано да се укажува на штетните последици што ги предизвикуваат цигарите.

Карциномот на белите дробови е малигно заболување, кое кај мажите е на трето место по застапеност, а на прво место по смртност. Кај жените овој карцином се рангира на трето место и по појава и по смртност. Во светот бројот на заболени се движи од 40 до 100 на 100.000 жители, а кај нас во просек има 43 заболени на 100.000 жители. Две третини од заболените се мажи, и обично ги зафаќа повозрасните групи. Според лекарите, во последните неколку години се зголемува бројот и на заболени жени, како и бројот на младите помеѓу 20 и 30 години.

"Имавме случај на млад човек на 29 години, во извонредна физичка кондиција, кој кај нас дојде со напреден стадиум на болеста. На онкологија

[7] http://www.vecer.com.mk/default.asp?ItemID=B46244B1D42A2A4C94267A14552CF226

[8] проф. д-р Зоран Спировски, директор на Клиниката за торакална и васкуларна хирургија

примил четири сесии на хемотерапија, и по завршувањето на терапијата туморот се намали за 50 отсто. Потоа му е извршена радикална операција и пациентот само по два месеца од операцијата се врати на работа и нормално функционира. Иако пред дијагностицирање на болеста пациентот бил страстен пушач, сега не сака да види цигара. За жал, расте бројот на млади луѓе, кои кондиционо се добри, имаат силно срце и не можат ни да забележат дека се болни.

Според податоците од Републичкиот завод за здравствена заштита, бројот на срцеви заболувања повеќе години е во пораст, со еднаква застапеност и кај мажите и кај жените. Испитувањата покажале дека Македонија, Србија и Бугарија имаат најголем процент на морталитет предизвикан од кардиоваскуларни заболувања и дека тие најчесто се појавуваат од пушењето, несоодветната исхрана и од слабата физичка активност.[9]

Истражувањето на Global Health profesionals student survey направено на студентите од трета година од Медицинскиот, Стоматолошкиот и Фармацевтскиот факултет и високите школи за медицински сестри во Македонија[10], покажало дека женските доминираат во пушењето на цигари. Од сите смртни случаи во светот 64 проценти отпаѓаат на пасивното пушење, или 400.000 жени годишно.[11]

Заклучок

Користењето на производите од тутунот предизвикуваат сериозни здравствени проблеми и прерана смрт кај пушачите, како и оние лица кои се пасивни пушачи. Македонија е втора земја во Европа според бројот на пушачите. 90 проценти од болните од рак на белите дробови во земјава се пушачи. Македонија, Србија и Бугарија имаат најголем процент на морталитет предизвикан од кардиоваскуларни заболувања и дека тие најчесто се појавуваат од пушењето, несоодветната исхрана и од слабата физичка активност. Заболуваат сé повеќе млади луѓе, а според направеното истражување на Global Health profesionals student survey направено на студентите од трета година од Медицинскиот, Стоматолошкиот и Фармацевтскиот факултет и високите школи за медицински сестри во Македонија, женските доминираат во пушењето на цигари.

Во Република Македонија согласно Законот за заштита од пушењето, се забранува пушење во одредени јавни простории, промовирање на цигари,

[9]Доктор Драган Ѓорѓев од Републичкиот завод за здравствена заштита
[10] http://www.vecer.com.mk/default.asp?ItemID=B46244B1D42A2A4C94267A14552CF226
[11]Марија Кишман, директор на Канцеларијата на Светската здравствена организација во Македонија,

а се уредува и заштитата од штетните дејства на пушењето тутун и други производи од тутун врз граѓаните, како и зачувувањето на здрава животна средина.

Владата во изминативе неколку години води медиумска кампања за штетноста на пушењето поткрепена со законска регулатива против пушењето, но реална помош за пушачите полесно и побрзо да се откажат од цигарите речиси и нема.

Истражувањето е во завршна фаза, а се размислува да се вклучат и едукативни предавања за штетноста на цигарите, кои ќе ги држат лекари од Институтот за јавно здравје во основните и средните училишта и на факултетите.

Ефективното негативно промовирање на тутунот е соодветен правен лек. Негативното промовирање ќе биде успешно доколку успее да ги побие маркетинг активностите на тутунската индустрија, не се темели на предрасуди, а сепак го почитува нивното право да одлучат дали ќе преземат активности кои се штетни по нивното здравје.

Summary

Tobacco use leads most commonly to diseases affecting the heart and lungs, with smoking being a major risk factor for heart attacks, strokes, chronic obstructive pulmonary disease (COPD), emphysema, and cancer (particularly lung cancer, cancers of the larynx and mouth, and pancreatic cancer).

Promotion of cigarettes is regulated by law in many countries. Large number of deaths are caused directly by smoking. Smoking also increases the costs of medical care for smokers who become ill.

Macedonia is on the second place by the number of smokers. Macedonian smoke 11.000 tons of cigarettes per year. Our country spends around ten million euros every year for medical care for smokers who become ill.

In Republic of Macedonia according to the Law against tobacco use, Macedonians can only smoke on the streets.

Key words: *marketing, smoking, smokers, promotin, ban, tobacco, cigarettes, diseases*

Литература

1. Anne Miller, Arnold Worldwide , 2010
2. D.F.Marks*, M.Murray, B.Evans, C.Willig, C.Woodall: Chapter 8, TOBACCO AND SMOKING, 2010
3. Edward B. Hymson, TOBACCO ADVERTISING: THE CASE FOR A BAN
4. Јаќовски Б. Ристевска – Јовановски С.: „Маркетингот“, второ издание, Европски уиверзитет Република Македонија, Скопје, 2009
5. Monograph 19, The Role of the Mediain Promoting and Reducing Tobacco Use, 2010
6. Packiging of Cigarettes, United States Patent 3752308, 2010
7. Philip Kotler:”Principles of Marketing”, Twelf European Edition, Prentice Hall Inc. 2007
8. Regulations Restricting the Sale and Distribution of Cigarettes and Smokeless Tobacco to Protect Children and Adolescents, 22. јуни 2010
9. The advertising and promotion of tobacco, 2009
10. http://www.telegraf.mk/zakonot-protiv-pushenje-ne-donese-rezultati.html (30.09.2010)
11. http://www.vecer.com.mk/default.asp?ItemID=B46244B1D42A2A4C94267A14552CF226 (30.09.2010)

368 : 330.322(497.7)

Помл. асс. **Цветлана В. МАРКУЛЕВСКА**[1]

ПРИНЦИПИ НА ИНВЕСТИРАЊЕ НА ОСИГУРИТЕЛНИТЕ КОМПАНИИ СО АНАЛИЗА НА ВЛОЖУВАЊАТА НА ОСИГУРИТЕЛНИТЕ КОМПАНИИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Апстракт

Осигурителната компанија при остварувањето на нејзината основна дејност привлекува и мобилизира мали поединечни износи во облик на премија. Во зависност од видот на осигурување кое го работи и обемот на нејзиното работење таа de facto врши помала или поголема концентрација на парични средства.

Кога покрај акумулираните средства го земеме предвид и временското несовпаѓање на наплатата на премијата и исплатата на настанатите штети, лесно е да заклучиме дека во осигурителната компанија се формира значителен фонд на средства кој е времено слободен и кој ги прави осигурителните компании едни од најзначајните играчи на финансиските пазари.

За нивната големина во таа финансиска игра говори фактот дека во развиените пазарни економии, според големината на активата, пред осигурителните компании се наоѓаат само комерцијалните банки. Збирот од средствата во кои осигурителната компанија ги пласирала своите слободни парични средства го претставуваат инвестиционото портфолио на таа компанија.

Клучни зборови: *осигурување, инвестиции, технички резерви*

Вовед

Во фокусот на овој труд е инвестиционата активност на осигурителните компании. Во првиот дел се наведени принципите на вложувањата на осигурителните компании, а во вториот дел е направена

[1] Факултет за Економски науки ЕУРМ

анализа на инвестиционата активност на осигурителните компании во Република Македонија.

Во осигурувањето голем дел од средствата акумулирани со продажба на осигурување се насочуваат во финансиски пласмани преку финансискиот пазар. Инвестиционата активност е важна компонента на работењето на една осигурителна компанија . Со инвестиционата активност осигурителните компании покрај тоа што задоволуваат општествено - економски, остваруваат и индивидуални профитабилни цели..

На прв поглед изгледа дека осигурителната компанија би требало да преферира таква стратегија на вложувања која би го максимизирала повратот. Иако тоа до некаде е точно, сепак не смее секој фонд да се инвестира без ограничувања. Секако каде е профитот цел како негова цена го среќаваме ризикот. "Суштината на инвестиционио ризик е можноста дека вложеното ќе ја намали вредноста."[2].

Специфичноста на вложувањата на осигурителните компании се должи на фактот што средствата кои се предмет на вложување, односно поголемиот дел од нив, се состојат од резерви кои претставуваат идни обврски на осигурителот за исплата на штети и осигурени суми.

Во осигурителната компанија мора од една страна приходите од инвестициите да бидат достапни за нејзините обврски по договорите (кои се обично не извесни и во износ и во време) а од друга страна да ги задоволи и пропишаните законски барања. Оттука осигурителната стратегија на вложување би гласела:

„Да се макимизира повратот на вложувањата под услов да се задоволат сите обврски по сите договори, земајќи ги во предвид сите неизвесности".

Така дефинираната цел понатака ја определува инвестиционата политика на осигурителните компании.

ПРИНЦИПИ НА ВЛОЖУВАЊА НА ОСИГУРИТЕЛНИТЕ КОМПАНИИ

Средствата кои осигурителните компании можат да ги инвестираат произлегуваат од:

- Техничките резерви и

- Слободните средства или капиталот

[2] Ивановски З.,Хартии од вредност и портфолио менаџмент, 2007, стр.362

Осигурителната компанија треба да настапи со различни стратегии за средствата кои ги претставуваат техничките резерви и слободните резерви или капиталот. Иако вложувањата за овие два типа средства во основа физички нема да бидат одвоени, сепак условите под кои ќе бидат вложени треба да бидат различни.

Основната цел при инвестирањето на средствата на техничката резерва е да се осигура потполно задоволување на обврските по договорите за осигурување. Тоа значи дека овие средства треба да се инвестираат по следниве карактеристики:

- Траење на осигурувањето т.е кога настапува исплатата на штета (вклучувајки ги и делимичните штети)

- Износ т.е кој е очекуваниот износ за исплата

- Валута т.е во која валута штетите ќе бидат исплатени.

Важен е интервалот од моментот кога осигурителната компанија ја прима премијата до моментот кога ја исплаќа било која штета, бидејќи дел од премијата може да се инвестира во тој временски распон.

Средствата кои се чуваат како покритие за техничка резерва мора да се одредат со цел приходот или продажбата да се реализираат одприлика во ист момент кога се очекува да се појават штетите кои тие резерви ги претставуваат.

Голем дел од неживотните осигурувања се поврзани со краток интервал помеѓу наплатата на премијата и исплатата на повеќето од штетите .Тие осигурувања со краток опаш побаруваат одржување на висока ликвидност на осигурителната компанија. Најдобро е инвестициите да се ограничат на готовина во депозити или краткорочни хартии од вредност. За осигурувањата со подолг просечен период помеѓу наплатата на премијата и исплатата на повеќето од штетите постои како интерес така и потреба од долгорочни вложувања. Интересот произлегува од фактот дека средствата од премијата остануваат подолг период во владение на осигурителната компанија. Додека пак потребата од инвестирање произлегува од можноста која истото ја нуди, односно на осигурителната компанија и дава поволност да настапи со поконкурентни цени доколку приходот од вложувањата го инкорпорира во премиските стапки. Обврзници со среден рок на доспевање и мала количина на акции е веројатниот избор на вложувања за компании кои работат long tail осигурувања.

Следната цел е да се покриваат обврските чија веројатност за настан е голема. За остварување на оваа цел средствата треба првенствено да се

инвестираат во готовина, депозити во банка, државни обврзници и други гарантирани вложувања. Иако до некаде се смета прикладно и вложувањето во акции, препорачливо е таквото вложување да се ограничи само на најдобри влогови кои во секој момент можат да се продадат, избегнувајќи ги оние за кои постои и мал сомнеж за непостојаност, ризичност и остварливост. Последниот износ на исплата за поголемиот дел на штети зависи од тоа кога ке бидат исплатени, бидејќи износот на штети е подложен на инфлација.На пр. инфлација на цените ќе влијае на трошоците на резервните делови на моторните возила а инфлацијата на доходот ќе влијае на нематеријалните штети кај осигурување од одговорност.Со оглед на тоа, осигурителот треба да вложува во оние облици на имот чиј приходи и капитални вредности растат со порастот на инфлацијата.Секако интензитетот на раст на средствата и инфлацијата е многу тешко да се поклопат.Обврските ќе бидат осетливи на инфлацијата во соодветната економска дејност, додека имотот ќе е поосетлив на општата инфлација.

Наредно на што треба да се внимава е да не дојде до несклад помеѓу валутата на обврските од осигурувањето и валутата на вложените средства.

Од перфектното теоретско преклопување на приходите од инвестирањето и обврските од осигурувањето, отстапувања се дозволуваат доколку маргината на солвентност е доволно јака да го заштити фондот од ризикот од привремениот пад на повратот на инвестирањето. Исто така средствата можат да се вложуваат нешто подолгорочно доколку осигурителната компанија ја прати тренд на раст на портфолиото на осигурување. Во тој случај осигурителната компанија би требало да биде во состојба да ги надмири тековните исплати по основ на штета од дневниот приход од премијата, без реализација на вложените средства. При тоа треба да се внимава на принципот ликвидност, бидејќи неповолниот развој на штетите може да доведе до потреба за предвремена реализација на вложувањата понекогаш и под неповолни услови. Исто така на пазар со јака конкуренција осигурителот не може да се надева на постојан раст на портфолиото и премиите.

Претходно кажаното не наведува на заклучок во врска со политиката на инвестирање на техничките резерви. Имено,политиката на инвестирање треба да ги исполнува следниве цели:

- Да го следи профилот на обврските по траење, износ и валута.
- Внатре во секој вид на средства инвистициите треба да бидат сигурни.

- Одстапка од сигурното инвестирање со цел поголем повратможе да се дозволи само кога постои доволно широка маргина на солвентност.

Слободни средства се формираат од фондот на акционери, кои како такви претставуваат доплаток за сигурност за непрекинатасолвентност на осигурителната компанија во случај на неповолни движења во имотот и обврските , како и, можност дел од нив да се искористат како потпора за идниот раст на компанијата.

Резимирани целите на управување со овие слободни средства се:

- Овозможување на постојана потпора за солвентност
- Да се одржува тоа ниво на солвентност обезбедувајќи исто ниво на сигурност и со растење на осигурителното портфолио
- Да се зголемуваат слободните резерви во реални услови со што би се овозможило посебно покритие кое би дозволило иден раст без притисок и без потреба за додатен надворешен капитал.

Меѓутоа, слободните средства се формирани од капиталот на акционерите т.е. од акумулираната добивка од работењето, што би значело во кризна ситуација остатокот од тие средства би се вратил на акционерите по подмирувањето на обврските на осигурителната компанија. Од тука основна цел на вложувањето на овие фондови е максмизирање на повратот, под услов да се задоволени горенаведените цели на слободните средства.Со тоа акционерите би требало да добијат адекватен екстра капитал на своите вложувања како компензација на вложениот ризик.

Начинот на кој осигурителната компанија го управува вложувањето на слободните средства, зависен е од големината на тој фонд. Но истата не во апсолутен износ, туку ставена во однос со полисираната премија, крајните обврски и со поставените маргини за солвентност.

Оттука би заклучиле дека:

- За техничките резерви осигурителната компанија треба да применува стратегија со прифаќање минимален ризик на инвестирање, ризикот тука како мерило за повратот на инвестицијата директно се однесува на неможноста за подмирување на обврските по договорите за осигурување. Како средства во кои се вложуваат техничките резерви се најчесто оние најсигурните и најликвидните: депозити во банки, државни обврзници, обврзници со индекс

- За слободните резерви може да се применува послободна стратегија на инвестирање што би значело прифаќање поголем ризик а со тоа и поголем очекуван поврат на инвестираниот капитал. Осигурителните компании најчесто слободните средства ги вложуваат во акции или недвижнини.

Осигурителната компанија нема да може да ги инвестира сите средства, на пр.заостанати средствата кај агентот, осигуреникот или реосигурувачот. Тие фондови можат да имаат голем дел во вкупниот имот, но во суштина тоа се краткорочни средства. За избегнување на опортунитетните трошоци од неможноста за инвестирање на оваа актива,осигурителот може да одлучи мал дел од остатокот на имотот да го инвестира во високоликвидни средства . При тоа внимавајќи на ризикот од ненаплата на побарувањата.

Инвестирањето не е примарна функција на осигурителните компании, истите пред се ја имаат заштитата на осигурениците и обврските кои произлегуваат од неа па така главна цел на инвестиционата активност на осигурителните компании е максимизирање на повратот на вложувањата под услов подмирување на обврските по сите договори ,при тоа ,земајќи ги во предвид сите неизвесности

АНАЛИЗА НА ВЛОЖУВАЊАТА НА ОСИГУРИТЕЛНИТЕ КОМПАНИИ ВО Р.МАКЕДОНИЈА

Во Република Македонија егзистираат вкупно тринаесет друштва за осигурување. ”Изминатиот период развојот на македонскиот пазар на осигурување го карактеризира појава на нови друштва за осигурување, што придонесоа за појава на пазарна конкуренција.”[3]

За да се анализираат вложувањата на овие осигурителни компании неопходно е да се утврди висината на техничките резерви , средствата што ги покриваат истите и начинот на кој тие средства се вложени.

Имено, техничките резерви се формираат заради трајно обезбедување на извршувањето на обврските од договорите за осигурување.Во билансот на осигурителните компании заземаат најголемото учество во структурата на пасивата.Друштвото за осигурување е должно да вложува средства во висина

[3] Трпеска Б.,Магистерски труд-Систем за рано предупредување на ризикот од несолвентност кај друштвата за осигурување,2010,стр73

барем еднаква на вредноста на техничките резерви согласно одредбите од Законот за супервизија на осигурување и прописите донесени врз основа на истиот.

Во законот за супервизија на осигурување на Република Македонија, предвидени се одредби кои пропишуваат каде друштвата за осигурување можат да ги вложат своите средства што ги покриваат техничките резерви. Па така, средствата кои ги покриваат техничките резерви можат да бидат во форма на следниве вложувања[4]:

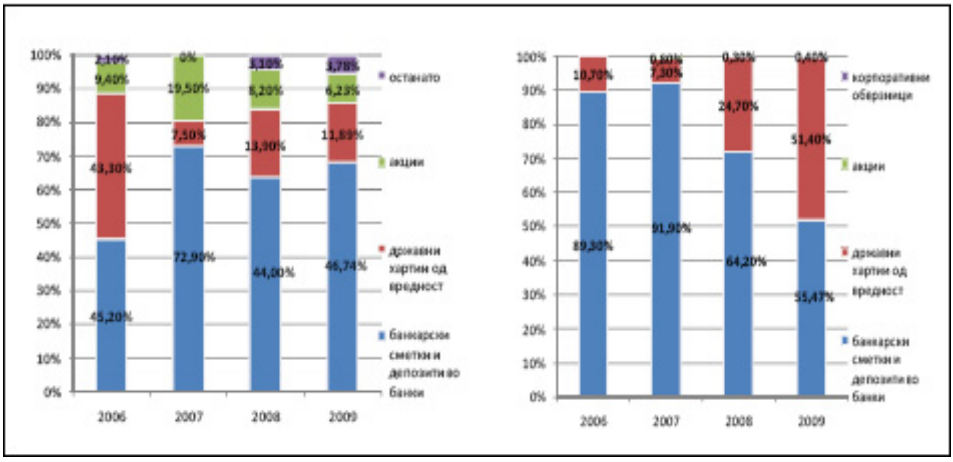
- Банкарски сметки и депозити во банки
- Обврзници и други хартии од вредност издадени од Народна Банка на Р.М.
- Сертификати за депозит и други хартии од вредност издадени или гарантирани од банки кои имаат дозвола издадена од Народна Банка на Р.М.
- Хартии од вредност по основ на хипотеки издадени од банки кои имаат дозвола издадена од Народна Банка
- Обврзници издадени од Република Македонија
- Акции издадени врз основа на одобрение од Комисијата за хартии од вредност
- Обврзници и други хартии од вредност издадени од акционерски друштва во Република Македонија
- Комерцијални записи издадени од првокласни акционерски друштва во Република Македонија
- Документи за удел и акции на инвестициони фондови во Република Македонија како и на инвестициони фондови со седиште во земја членка на ЕУ, Јапонија или САД
- Обврзници и други хартии од вредност со фиксен приход издадени од недржавни странски компании или банки
- Акции и хартии од вредност со кои се тргува на главните берзи во земјите членки на ЕУ, Јапонија и САД

[4] Закон за супервизија на осигурување, член 88

- Форвард договори што гласат на валутни курсеви и финансиски деривати

- Други видови на вложувања согласно правилата на Министерството за финасии

Сл.1 Структура на инвестирани средства што ги покриваат техничките резерви кај друштвата за животно и неживотно осигурување



Извор: Агенција за супервизија на Р. Македонија

Од графикот се забележува дека во периодот од 2006-2009 година друштвата за осигурување во Република Македонија не вложуваат средства доволно за да ги покријат техничките резерви, со што, иако не во голем обем сепак е намалена нивната инвестициона активност од една страна а од друга страна ако се има предвид дека ваквата состојба се коси со законот крајно влијае како врз интересите на осигурениците така и врз целокупното стопанство. Ваквата состојба се должи на големиот број ненаплатени побарувања по основ на премија за осигурување.

Од аспект на видот на вложувања пак се забележува дека друштвата за осигурување техничките резерви ги вложуваат во инструменти така што ги почитуваат законските одредби, односно се држат до законски определените видови вложувања. Имено во 2009 најголем дел од средствата кои ја покриваат техничката резерва 2 157 милиони денари се вложени во банкарски сметки и депозити , 548 милиони денари во државни хартии од вредност, 287 милиони денари во акции регистрирани на Македонската берза

АД Скопје врз основа на одобрение на КХВ, 49 милиони денари во хартии од вредност издадени од странски издавач и 8.2 милиони во удели во отворени инвестициони фондови. Но исто така забележуваме дека средствата се вложени во мал број инструменти што се должи на релативно неразвиениот пазар на капитал кој го карактеризира и затвореност. Во такви услови на ограничен број на хартии од вредност отежнат е процесот на диверзификација на ризикот.

Понатака доколку се направи подетална анализа, од аспект на процентуалниот удел на секое вложување во вкупно вложените средства алармантно е екстремното учество на банкарските депозити кои на ниво на сите осигурителни компании се со учество од 50 % но кај поодделни осигурителни компании достигнуваат и до неверојатни 100% иако законот за супервизија предвидува најмногу 60% од вредноста на средствата кои ги покриваат техничките резерви да можат да се вложат во банкарски депозити.

Од друштвата за осигурување, особено оние кои не издвојуваат доволно средства за покривање на техничките резерви, како и оние кои не ги инвестираат тие средства согласно законот, се очекува во иднина да бидат повнимателни, да ги корегираат ваквите незаконитости во најкус можен рок како би се заштитиле од настапување на ризикот од несолвентност што би имало доста големи последици не само за самото друштво, туку и за целокупното стопанство.

СТРУКТУРА НА ИНВИСТИЦИСКО ПОРТФОЛИО НА ОСИГУРИТЕЛНИТЕ КОМПАНИИ ВО Р.М.

	Кјуби	Вардар	Сава Табак	Евроинс	Сигма	Еуролинк	Инсиг	Сигал	Осигурителна полиса	Албсик	Кроациа	Кјуби	Кроација	Граве	Вкупно
Вложувања	**952774335**	**97798208**	**84801936**	**19625750**	**10433170**	**133142147**	**380560964**	**19580458**	**197681770**	**126708287**	**183036175**	**163000000**	**344100931**	**222144880**	**293538903**
1. Вложувања во поврзани субјекти и учество во вложување	16169244				10433170			17009991		13249643	1365024				58227072
1.1 Вложувања (во акции или удели) во поврзани субјекти	16169244				10433170			1709991							43612405
1.2 Должнички хартии од вредност кои ги издале поврзаните субјекти и заеми и кредити на поврзани субјекти															
1.3 Учество во вложување (партиципации)										13249643	1365024				14614
2. Останати финансиски вложувања	**936605091**	**97798208**	**84801963**	**19625750**		**133142147**	**380560964**	**2570467**	**197681770**	**113458644**	**181671151**	**163000000**	**344100931**	**222144880**	**28771619**
2.1 Акции и други хартии од вредност кои донесуваат променлив приход	41801778	52177814	56882521	1693422		5235000									157790
2.2 Должнички хартии од вредност и други хартии од вредност со фиксен приход						114194193				113458644	111578755		308675055	15760000	663666
2.3 Учество во заеднички вложувања		45620394	26776852	16054478					20277096					205713241	31444
2.4 Заемни и кредити обезбедени со хипотека														672	672
2.5 Останати заеми и кредити	834		1142590										526		25026
2.6 Дадени депозити	577830522						370881950	2570467	177098853		70092396	163000000	34900000		13963741
2.7 Останати неспоменати															

Заклучок

Специфичноста на вложувањата на средствата од осигурувањето произлегуваат од природата на оваа дејност и потеклото на средствата кои се предмет на вложување. По обем, вредност и вид вложувањата се различни кај различни осигуровачи и се директно зависни од структурата на дејноста и големината на осигурителот.Заради импликациите на осигурувањето врз стопанството, финансиското здравје на осигурителните компании е од особена важност за државата. Од тука и нивната инвестициона активност секако мора да се движи во согласност со прописите а со цел постигнување на сигурност во работењето и покритие на обврските спрема осигурените.

Друштвата за осигурување во Република Македонија ги почитуваат законските одредби при инвестирањето на средствата што ги покриваат техничките резерви, но погледнато од аспект на видот на вложувањата. Доколку се направи подетална анализа, односно доколку се погледне на структурата на средствата што ги покриваат техничките резерви од аспект на процентуалниот удел на секое вложување во вкупно вложените средства ќе се заклучи сосемо нешто друго. Имено, постојат друштва кои не ги почитуваат законските одредби кои се однесуваат на ограничување на своите вложувања, така што ги надминале дозволените лимити на вложување. Особено тоа е случај при инвестирање на средства во банкарски депозити при тоа непочитувајќи го законот кој предвидува дека друштвата за осигурување “ најмногу 60% од вредноста на средствата кои ги покриваат техничките резерви може да вложат во банкарски депозити” [5]. Постојат дури и такви кои целосно ги вложиле своите средства во еден инструмент, што е спротивно со начелото за диверзифицирани вложувања заради дисперзирање на ризикот кој се јавува при инвестирање.

Инвестирањето не е примарна функција на осигурителните компании , истите пред се ја имаат заштитата на осигурениците и обврските кои произлегуваат од неа па така главна цел на инвестиционата активност на осигурителните компании е максимизирање на повратот на вложувањата под услов подмирување на обврските по сите договори.

Summary

The specificity of the investments of insurance funds arising from the nature of this activity and the origin of the funds that are subject for investment. By volume, value and type investments are different and directly dependent on the structure of the activity and size of the insurer. For the insurance implications on the economy, the financial health of insurance companies is very

[5] Закон за супервизија на осигурувањето, член 89.

important for the country. Insurers investments certainly must move in accordance with the regulations and low.

Insurance companies in Macedonia comply with legal provisions for investment of assets covering technical provisions, but only for the type of investments. If we make a more detailed analysis, we will be concluded something quite different. There are companies that do not respect the legal provisions concerning the limitation of its investments. There are companies who fully invest its assets in one instrument, as opposed to the principle of diversified investments for risk dispersion.

Investing is not a primary function of insurance companies, they primarily have the protection of insurers and obligations arising from it ,so the main goal of the investment activity of insurance companies is to maximize the return on investment provided that repayment of all contracts.

Литература

1. Фотов Р.: Осигурување,Скопје,2006
2. Годишен извештај за состојбата и движењата на осигурителниот пазар на Р.М. во 2008 година http://www.aso.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=203:-2008&catid=51:2010-04-22-08-54-45&lang=mk
3. Годишен извештај за состојбата и движењата на осигурителниот пазар на Р.М. во 2009 година http://www.aso.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=219:-2009-&catid=51:2010-04-22-08-54-45&lang=mk
4. Ивановски З.:,Хартии од вредност и портфолио менаџмент,Скопје,2007
5. Јованоски П.:Финансиски пазар и институции,Скопје,2008
6. Трпеска Б.: Систем за рано предупредување на ризикот од несолвентност кај друштвата за осигурување, магистерски труд,Охрид,2010
7. Vaughn T.:Liability insurance risk management,PCAS,1999 http://www.casact.org/pubs/dpp/dpp99/99dpp291.pdf
8. Vaughn T.:"The Impact of Investment Strategy on the Market Value and Pricing Decisions of a Property-Liability Insurer",PCAS,1998
9. Закон за супервизија на осигурување,Сл.Весник на Р.М. бр.27 од 25.04.2002 http://www.pravo.org.mk
10. Закон за изменување и дополнување на законот за супервизија на осигурувањето,Сл.Весник на Р.М. бр.79 од 25.06.2007 год. http://www.pravo.org.mk

334.726.02

Помлад асс. **Аземина МАШОВИЌ**

ПРИРОДАТА НА КОНТРОЛАТА ВО МУЛТИНАЦИОНАЛНИТЕ КОМПАНИИ

Апстракт

Овој труд е краток преглед на природата на контролата во мултинационалните компании. Ниту едно претпријатие не може да ги постигне целите без соодветна контрола. Потребата од контрола е зголемена кога претпријатието ги преминува националните граници и врши експанзија на непознати странски пазари. Ефективен менаџмент на претпријатието, меѓу другите фактори, зависи и од обезбедување на постојан и задоволувачки прогрес кон целите. Менаџментот мора да одреди дали претпријатието ги следи правите стратегии и дали тие стратегии се исправно спроведени. Добар менаџмент ги вклучува прашањата, дали претпријатието се движи во правилна насока и дали постигнатите резултати оговараат на планираните. Контролата треба обезбеди одговор на овие прашања. Контролата е потребна не само да ги открие проблемите и отстапувањата од плановите туку исто така да ги антиципира проблемите пред истите да се случат. Едноставно, функциите на контролата и стратегиското планирање се тесно поврзани и меѓусебно зависни. Добар план има вграден контролен систем кој го следи спроведувањето на планот и обезбедува информации за постигнувањето на целите.

Клучни зборови: *мултинационални компании**,** контрола, функција на контролата, развој на контролата, култура*

Успешен стратегиски менаџмент во глобалниот бизнис подразбира не само добро формулирање на целите и стратегијата за настап на глобалниот пазар туку и следење на нивната реализација и преземање на корективни акции за елиминирање на појавените отстапувања. Контролата се јавува како последна фаза во процесот на глобалниот стратегиски менаџмент.

Контрола претставува процес кој обезбедува тековите на акции, кои се утврдени во процесот на планирање, да бидат поддржани, а посакуваните крајни резултати остварени. Под процесот на контрола се подразбира утврдување на стандардите, споредување на остварувањето со стандардите, преземање на

корективна акција и повратни информации до менаџментот на претпријатието. Процесот на контрола опфаќа определување на предметот, односно целта на контролата, поставување на стандарди за контрола, мерење на извршувањето, споредување на остварените резултати со стандардите, определување на причините за девијации и преземање на корективни акции.

Целокупниот процесот на контрола може да биде разгледан преку три фази (Шуклев Б., Љубомир Дракулевски, 2001, 277):

- **Формулирање на стандарди** – контролата не би можела да се замисли без стандардите. Стандардите се дефинираат како ниво на очекуваните резултати од секој кој што работи во претпријатието и критериум со кој се мери резултатот. Стандардите можат да бидат изразени квантитативно како приходи, производи, работни часови, но и квалитативно изразени како зголемување на моралот меѓу вработените, успехот на една економска пропаганда, унапредување на односите со јавноста и сл.

- **Споредување на стварните големини со стандардите** – стандардите немаат никакво значење се додека стварното извршување не се споредат со нив. Многу се битни прашањата како мериме и што мериме. Менаџерите во однос на прашањето, како мериме, употребуваат најчесто четири општи извори на информации за мерење на стварното извршување, персонално набљудување, статистички извештаи, усни и пишани извештаи. Прашањето, што мериме, е многу покритично бидејќи изборот на погрешни критериуми може да резултира во сериозни нефункционални последици.

- **Преземање на корективна мерка** – менаџерите имаат избор од три алтернативи, ништо да не се преземе, да се коригира стварното извршување и да се ревидираат стандардите. Корективната акција е потребна за да се исправат отстапувањата од планираните големини.

Карактеристично за мултинационалните компании е што ретко користат само еден од различните механизми на контрола. Обично, постои комбинирана примена на директна и индиректна контрола на меѓународните активности. Нивото на примена на контролата се разликува во зависност од поставените цели, големината, земјата во која се наоѓа седиштето на мултинационалната компанија, од значењето што го има субсидијарот за мултинационалната компанија, довербата што ја има седиштето во менаџерите на субсидијарот. Најпожелна ситуација е воспоставување на контрола преку културата, бидејќи се елиминираат трошоците на контрола, додека менаџерите го даваат својот максимум за остварување на целите на претпријатието.

Целта на контролата е мерење на резултатите и излезите, и согледување дали тие се над или под поставената мисија, целите и стратегија. Контролата е важна компонента на процесот на планирање, со која се осигурува дали претпријатието ја исполнило својата мисија и целите. Контролата во суштина претставува настојување да се случи нешто на начин на кој што било планирано да се случи. Контролата се спроведува преку следење на развојот на претпријатието (Alkhafajl A., 2003, 219) низ промените, оценување на ефикасноста на развојот и подобрување на процесот на промените во правец на остварување на претходно одредените цели или мисијата, на што е можно поефикасен начин.

Клучна компонента за успешна контрола е формулирање и спроведување на ефикасна стратегија. Стратегиите ги одредуваат насоките, целите, како и посакуваните резултати. Планот (крајниот резултат на формулирањето на стратегијата) служи како средство кое менаџментот го користи за обликување на иднината на претпријатието.

Планирањето може да биде сосредочено на краткорочниот оперативен менаџмент и на долгорочниот стратегиски менаџмент. Императив за развој на ефективен контролен систем е воспоставување на мерливи цели. Овие цели треба ба бидат поставени во почетокот на процесот на планирање. Целите се динамични и можат да се менуваат како што се менуваат околностите во окружувањето. Контролата е во прв план во секое добро управувано претпријатие, со што се осигурува дека тековните активности ќе придонесат до остварување на целите во согласност на воспоставените стандарди од страна на менаџментот. Без контрола, спроведувањето на планот е некомплетно. Успехот зависи од контролниот систем кој треба да биде едноставен и разбирлив за секој член во рамките на претпријатието.

Водењето на меѓународниот бизнис е комплексно и под влијание на голем број фактори кои придонесуваат за отежнато спроведување на контролата. Фактори кои што влијаат на контролата се следните (Шуклев Б., Љубомир Дракулевски, 2001, 277):

1. **Раздалеченост.** Географската и културна оддалеченост на одделните земји влијае на зголемување на трошоците, времето и на можноста за грешки во комуницирањето помеѓу одделните земјите.
2. **Различност.** Во секоја земја претпријатијата мораат да се прилагодуваат на различните услови во кои работат. Така, големината на пазарот, видот на конкуренцијата, производите, трошоците за работна сила, го отежнуваат оценувањето на работењето, како и на поставувањето на стандардите кои се користат при контрола на активностите и подобрувањето на работењето.
3. **Фактори што се надвор од контрола.** Многу активности во странство се соочуваат со правила и прописи од надворешни стеикхолдери чии

цели се различни од оние во седиштето на компанијата, како и со владини регулативи врз кои менаџментот на компанијата нема влијание.

4. **Степен на извесност.** Контролата подразбира поставување цели и развивање планови за нивно остварување. Сепак, податоците за стопанствата на некои земји не се комплетни или не се соодветни за споредба. Уште повеќе, во некои земји, политичките и економските услови се подложни на брзи промени што влијае на плановите (особено на долгорочните планови) и ја зголемуваат неизвесноста на резултатите од нивното спроведување.

Поради комплексноста на водењето на меѓународниот бизнис од големо значење за претпријатијата е воспоставување соодветен контролен систем. Тој е неопходен за да се намали неизвесноста и да се обезбеди усогласеност во однесувањето во одделните делови на претпријатието, и покрај физичката, психичката и временската оддалеченост. Ваквиот систем мора да се осмисли и воспостави во фазата на планирањето на организационата структура со која треба да се спроведе стратегијата. Притоа, контролниот систем се јавува како еден интегративен механизам на претпријатието. Додека структурата обезбедува рамка за остварување на целите, контролниот систем го потврдува остварувањето на стратегијата односно укажува на корективните активности кои треба да се преземат доколку не се остваруваат планираните цели. Затоа, примената на глобалната стратегија не бара само промени во организационата структура, туку и во контролните механизми кои треба да бидат вградени во организационата структура со што ќе се овозможи остварување на глобалната стратегија.

Културата се смета за најефективен контролен механизам. Општеството ефективно ги управува и контролира своите членови преку различни видови на контрола на културата. Преку процесот на социјализација, членовите ги усвојуваат вредностите и нормите на општеството, кои со текот на времето стануваат критериум за одредено однесување. Усвоените вредности претставуваат и јаки мотивациони сили кои ги поттикнуваат луѓето да се однесуваат во согласност со очекувањата на општеството. Претпријатијата исто така ги употребуваат културата и социјализацијата за контролни цели. Поради тоа што мултинационалните компании дејствуваат во културно разновидно окружување, како предизвик се јавува потребата за изградба на контролен систем кој ќе ја искористи синергијата од културната разновидност.

Корпоративната социјализација претставува процес преку кој членовите учат кое однесување и кои односи се вообичаени и посакувани во рамките на деловното окружување (Maanen, V., E. H. Schein, 1979, 209). Преку процесот на корпоратативна социјализација, вработените се запознаваат со основните цели на компанијата, преферираните начини за остварување на целите, одговорностите на вработените, начин на однесување неопходно за ефективно

извршување и правила за одржување на корпоративниот интегритет и идентитет (Scgein E., 1977, 224).

Корпоративната социјализација се одвива преку комбинација на видливи и невидливи средства. Видливи средства на корпоративна социјализација вклучуваат работна ротација, програми за управување со развојот, и неформално спонзорирани настани од страна на компанијата. Корпоративниот систем на награди и казни претставуваат јасно и моќно средство за обликување на работното однесувањето и за промовирање на процесот на социјализација. Невидливиот процес на социјализација опфаќа интеракција и меѓучовечки односи на врвниот менаџмент со колегите и останатите вработени. Процесот на социјализација е тесно поврзан со вредностите вградени во корпоративната култура. Од овој аспект, корпоративната култура е во исто време и механизам на зајакнување и постојано присутен инструмент на корпоративна социјализација.

За претпријатијата од земјата - домаќин, социјализацијата на вработените е релативно рутински процес. Скоро сите претпријатија воспоставуваат одреден "начин на кој ние ги вршиме работите". Секој искусен менаџер има приказни за процесот на "разбивање" на новите вработени, односно нивно прилагодување, кој ја прави контролата во иднина многу полесна. Пример за ова е, менаџерска стратегија за справување со неприфатливата ароганција на дел од новите инженери, преку демонстрирање на нивниот недостаток на практично знаење и нивната зависност од поискусните менаџери.

Диспензираните операции на мултинационалните компании го прават процесот на социјализација многу потежок и попроблематичен. Свесни за ова, многу мултинационални компании употребуваат работна ротација за да ги запознаат вработените уште на самиот почеток со културата и чекорите за градење на кариерата во рамките на компанијата.

Мултинационалните компании поради редовно соочување со дополнителни проблеми на координација и контролата имаат потреба од пософистицирани контролни механизми од оние кои што се употребуваат во матичните компаниите. Потребата да се одговори истовремено на разновидни стратегиски барања во странските земји наложува поголема флексибилност. Мултинационалните компании треба да бидат пофлексибилни со цел да ги искористат глобалните можности и во исто време да одговорат на локалните барања. Тоа наметнува потреба за развивање на многу пософистицирани контролни механизми. Мултинационалните компании, како дополнение на формалните средства на контрола и координација, треба да се потпрат и на широк спектар на неформални механизми (Martinez, J.I., J. C. Jarillo, 1989, 510) вклучувајќи ги неформалните мрежи на комуникации, корпоративната култура и социјализација, како и менаџментот на кариера.

Како што се менува меѓународното конкурентско окружување, така се менуваат и стратегиите и операции на мултинационалните компании. Спроведувањето на новите стратегии и управувањето со новите операции изискуваат поразлични методи на координација и контрола од оние кои се употребуваат кај вообичаениот менаџмент. Според тоа, тактиките на координација и контрола на мултинационалните компании претставуваат еваулативен одговор на карактеристиките на нивното окружување. Историскиот развој на меѓународното окружување и соодветните модели на механизми на координација и контрола употребени од страна на мултинационалните компании укажуваат дека со текот на времето, приоритетот од поедноставните преминал на посложените механизми на координација и контролна.

Развојните промени во меѓународното бизнис опкружување можат да бидат поделени во три периода (Martinez, J.I., J. C. Jarillo, 1989, 452):

Период I (1920-1950) довел до политички промени кои ја обесхрабриле меѓународната конкуренција и бил погоден само за конкуренција на основа земја – земја. Силите кои ги ограничиле меѓународните бизнис активности вклучувале национализам, протекционистички бариери, и комуникациски и транспортни проблеми. Стратегискиот одговор на окружувањето бил воспоставување на полу - автономни бизниси во секоја земја. Европските компании посебно усвоиле стратегии насочени кон одредена земја. Тие организирале децентрализирани, лабаво поврзани сојузи на независни субсидијари. Секој субсидијар го опслужувал сопствениот домашен пазар, при што не постоело барање за интегрирање на субсидијари во вкупното корпоративно работење. За управувањето со сојузот на полу – автономни компании постоела потреба од многу мала координација и контрола. Мултинационалните компании ги управувале нивните субсидијари во странство како "портфолио" на инвестиции. Се додека субсидијарите остварувале профит, тие биле оставани под водство на менаџери експатријати. Контролата од седиштето била спроведувана преку лојални експатријати кои обезбедувале неформална врска со субсидијарите и го задржувале менаџмент стил на компанијата дури и во најдалечни земји. Директното известување на менаџерите од одделните субсидијари до врвот на мултинационалната компанија бил вообичаен начин на контрола спроведуван од страна на седиштето. Субсидијарите го обезбедувале седиштата со периодични финансиски извештаи, уверувајќи ги дека делуваат во согласност со профитните цели на мултинационалната компанија.

Меѓународното опкружување во текот на вториот период (1950-1980) преставуваа спротивност на условите кои постоеле во претходниот период. Економските и политичките сили биле благонаклонети за меѓународна конкуренција. Достигнувањата во производната технологија придонеле до пораст на економијата од обем. Намалените трошоци за транспорт и врски, напоредно со остварената економија од обем, довеле до концентрација на

производството во земји со ниски трошоци. Ваквиот развој на настаните заедно со олеснувањето во однос на протекционистичките бариери придонесле до пораст на меѓународната конкуренција. Одговорот на мултинационалните компании бил усвојување на меѓународна стратегија со која одлучувањето било силно централизирано, а субсидијарите во странство биле цврсто контролирани од страна на седиштето. Од аспект на контролата, мултинационалните контроли се потпирале на формалните механизми, сконцентрирани на буџетирање, и на стандардните програми во производството и маркетингот. Освен редовните финансиски извештаи, субсидијарите ги известувале седиштата за сите главни функционални подрачја. Донесувањето и стандардизирањето на политиките, правилата и процедурите ја зацврстиле аутпут контролата на седиштето над операциите на субсидијарите.

Моментално, мултинационалните компании минуваат низ промените во окружувањето од третиот период (1980 -), кои ги отежнуваат нивните можности за контрола и координација. Во раните 80-ти, како резултат на конфликтните барања почнале да се создаваат нови притисоци врз мултинационалните компании. Од една страна, технолошкиот развој резултирал со глобализација на бизнисите и конкуренцијата во многу индустрии, додека од друга страна, многу влади започнале да бараат од мултинационалните компании да инвестираат локално за креирање на нови работни места, трансфер на технологија, и да придонесат во однос на платниот биланс. Овие фактори, плус порастот на нетарифните бариери и протекционистичките мерки наложиле поголема локална одговорност. Согласно со тоа, конфликтните барања на глобалната стратегија од една страна и локалната одговорност од друга страна, придонесле до повисоко ниво на координација и контрола. Мултинационалните компании сфатија дека laissez-faire приодот кој се потпираше на формални механизми на контрола и координација, употребуван во првите два периода, е неадекватен за третиот период. Согледувајќи ја потребата за флексибилност и одговорност, тие воспоставија и формални и неформални механизми. Освен формалните контроли од претходните периоди, мултинационалните компании сега употребуваат и неформални, суптилни средства кои коинцидираат со постоечката организациона структура и прописите за формалното известување. Како ново вклучени контролни механизми се тимови, работни групи, одбори и интегратори. Освен тоа, слободниот тек на неформална комуникација помеѓу сите менаџери - од нивните седишта до субсидијарите и обратно, како и помеѓу странските субсидијари - ги дополнуваат формалните комуникациски канали. Промените во филозофијата на нивните седишта им овозможија на мултинационалните компании да понудат патеки на кариера кои ќе им овозможуваат на сите менаџери, без оглед на земјата на потеклото, да се унапредат на позиции кои претходно биле предодредени само за менаџерите од земјата – домаќин. Освен тоа, мултинационалните компании креираат корпоративна култура која ефективно ги контролира менаџерските акции без да се потпре на формалните правила и процедури. Акултурација на овие менаџери,

преку континуирани задачи за клучните позиции во текот на глобалната операција на мултинационалните компании, придонесува за развој на силна корпоративна култура и ја поттикнува интернационализацијата на организационите цели, вредности и верувања, како и на соодветните политики и процедури.

Ваква хронолошка прогресија во спроведувањето на контролните механизми не е иста кај сите мултинационални компании. Технолошкиот развој и конкурентските сили на индустријата, покрај останатите фактори, може да ја поттикнат компанијата да употреби посебни контролни механизми. Трендот кон глобализација, сепак, ги принуди мултинационалните компании да ги напуштат помалку соодветните механизми од претходните периоди. Мултинационалните компании, исто така, не ги сменија во целост нивните структурни и формални средства на координација и контрола, меѓутоа дополнително воспоставија повеќе неформални механизми скриени под организациската површината. Procter & Gamble и Unilever, на пример, значително долго време ги немаат сменето своите механизми за координација и контрола, меѓутоа внатрешните менаџмент процеси се сменети. Субсидијарите преземаат нови и специфични улоги за да одговорат на променливите локални барања, а контролните механизми на седиштето се унапредени од сеприсутен "начини на компанијата" во повеќедимензионални средства, кои се применуваат различно во различни делови на компанијата (Ghoshal, S., C. A. Bartlett, 1990, 620).

Заклучок

Успешен стратегиски менаџмент во глобалниот бизнис подразбира не само добро формулирање на целите и стратегијата за настап на глобалниот пазар, туку и следење на нивната реализација и преземање на корективни акции за елиминирање на појавените отстапувања. Контролата се јавува како последна фаза во процесот на глобалниот стратегиски менаџмент.

Под процесот на контрола се подразбира утврдување на стандардите, споредување на остварувањето со стандардите, преземање на корективна акција и повратни информации до менаџментот на претпријатието. Целта на контролата е мерење на резултатите и излезите, и согледување дали истите се над или под поставената мисија, целите и стратегија. Контролата е важна компонента на процесот на планирање, со која се осигурува дали претпријатието ја исполнило својата мисија и целите. Контролата во суштина претставува настојување да се случи нешто на начин на кој што било планирано да се случи.

Карактеристично за мултинационалните компании е што ретко користат само еден од различните механизми на контрола. Обично, постои комбинирана примена на директна и индиректна контрола на меѓународните активности. Нивото на примена на контролата се разликува во зависност од поставените цели, големината, земјата во која се наоѓа седиштето на мултинационалната компанија, од значењето што го има субсидијарот за мултинационалната компанија, довербата што ја има седиштето во менаџерите на субсидијарот. Најпожелна ситуација е воспоставување на контрола преку културата, бидејќи се елиминираат трошоците на контрола, додека менаџерите го даваат својот максимум за остварување на целите на претпријатието.

Како што се менува меѓународното конкурентско окружување, така се менуваат и стратегиите и операции на мултинационалните компании. Спроведувањето на новите стратегии и управувањето со новите операции изискуваат поразлични методи на координација и контрола од оние кои се употребуваат кај вообичаениот менаџмент. Според тоа, тактиките на координација и контрола на мултинационалните компании претставуваат евулативен одговор на карактеристиките на нивното окружување. Историскиот развој на меѓународното окружување и соодветните модели на механизми на координација и контрола употребени од страна на мултинационалните компании укажуваат дека со текот на времето, приоритетот од поедноставните преминал на посложените механизми на координација и контролна.

Хронолошка прогресија во спроведувањето на контролните механизми не е иста кај сите мултинационални компании. Технолошкиот развој и конкурентските сили на индустријата, покрај останатите фактори, може да ја поттикнат компанијата да употреби посебни контролни механизми. Трендот кон глобализација, сепак, ги принуди мултинационалните компании да ги напуштат помалку соодветните механизми од претходните периоди. Мултинационалните компании, исто така, не ги сменија во целост нивните структурни и формални средства на координација и контрола, меѓутоа дополнително воспостави повеќе неформални механизми скриени под организациската површината.

THE NATURE OF CONTROL IN MULTINATONAL COMPANIES

Summary

This work is a short review of the nature of control in multinational companies. No organization can accomplish its goals without proper control. The imperative of organizational control is heightened when firms cross national border and expand into unfamiliar foreign markets. The effective management of an organization, among other factor, depends on securing continuous and sufficient progress toward goals. Management must determine if the organization

is following the right strategies and if these strategies are being implemented correctly.

Sound management involves asking whether the organization is moving in the proper direction and if the results obtained are those intended. Organizational control could provide answers to these questions. Control is needed not only for detecting problems and deviations from plans but also for anticipating problems before they occur. Simply put, control and strategic planning functions are very closely related and interdependent. A good plan has a built-in control system that monitors the implementation of the plan and provides information on goal attainment.

Key words: *multinational companies, control, function of control, evaluation of control, culture*

Литература

1. Шуклев, Бобек; Љубомир Дракулевски: Стратегиски менаџмент, Економски факултет, Скопје, 2001
2. Avvass F. Alkhafajl, Strategic Management:Formulation: Implementation, and Control in a Dynamic Environment, The Haworth Press, 2003.
3. Ghoshal, S., C. A. Bartlett.: Multinational corporation as an interorganizational network. Academy of Management Review, 15, 1990, p.620
4. Fatehi, K: Managing Internationally: Succeeding in Culturally Diverse World, Sage Publications, 2008
5. Lasserre, Philippe: Global Strategic Management, Second edition, Palgrave Macmillan, 2007
6. Maanen, V., E. H. Schein, Toward a theory of organizational socialization. In B.M.Staw (Ed.), Reserch in organizational behavior Greenwich, CT: JAI Press., Vol.1 (1979), pp.209-264.
7. Martinez, J.I., J. C. Jarillo.: The evolution of research on coordination mechanisms in multinational corporations, *Journal of International Business Studies*, 20 (3), 1989, pp. 489 – 514.
8. Schein, E.H. Organizational socialization and the profession of management. In B.M. Staw (Ed), Psychological foundations of organizational behavior Santa Monica, CA: Goodyear, 1977, pp.210-224.
9. Selmer, J. and Leon, C. T.: "Cultural Control of Foreign Subsidiaries through Organizational Acculturation: A Longitudinal Study", *International Journal of Human Resource Management*, 2002
10. Stewart, Adams William George: International Control, Bibliolife, 200

336.76 : 657.3.011.7

Помлад асс. **Анита СКРЧЕСКА**

ВЛИЈАНИЕТО НА ИЗМАМИТЕ ВО ФИНАНСИСКОТО ИЗВЕСТУВАЊЕ ВРЗ ФУНКЦИОНИРАЊЕТО НА ПАЗАРИТЕ ЗА КАПИТАЛ

Апстракт

Финансиските измами кои се резултат на креативното сметководство не се нова појава. Всушност, неегзактноста на ставките во финансиските извештаи и опсегот на креативноста постоеле уште многу одамна пред да се објават првите финансиски извештаи. Финансиските извештаи кои содржат измами најчесто вклучуваат материјално значајни грешки направени намерно или ненамерно во еден или во повеќе од финансиските извештаи. Финансиските извештаи кои вклучуваат намерни или ненамерни погрешни презентирања, претставуваат измама за инвеститорите. Најчестата форма на измама во финансиските извештаи вклучува преценување на приходите и добивката и потценување на трошоците и расходите, со цел да се подобри профитабилноста или да се минимизираат загубите на претпријатието. Ова е доволен потсетник дека финансиските мерила и сметководството не претставуваат егзактна наука. Во одредени случаи тие се предмет на професионално расудување и проценки, што го зголемува влијанието на субјективниот фактор, што понатаму ја зголемува можноста да станат предмет на манипулација. И покрај тоа што бројноста на измамите во финансиските извештаи се мали во споредба со вкупниот број на претпријатија чии акции се тргуваат на светските пазари за капитал, сепак, економските загуби се енормни и шокантни за инвеститорите, за финансиските аналитичари, за сметководствените професионалци и за регулаторните органи.

Клучни зборови: *измами во финансиските извештаи, креативно сметководство, пазар за капитал, финансиско известување*

Вовед

Најголемите светски пазари за капитал се информираат и непречено функционираат со помош на прецизни, комплетни и навремени финансиски информации. Тоа е така независно дали пазарот за капитал се дефинира како

индивидуален инвеститор кој тргува со акциите на претпријатието на берзата или како софистицирани приватни фирми за капитал кои инвестираат во брзорастечките претпријатија. Притоа, може да се каже дека секаде каде што се вклучени парите, таму има и измамници. Искуството покажува дека секој кој што има можности да им позајмува пари на другите или да инвестира пари во деловни вложувања, во одредена мера, претставува цел или како што посакуваат измамниците, жртва на измамата.

Инвеститорите и другите учесници на пазарите за капитал, од своја страна, ги користат финансиските информации примарно за да ги оценат оперативните резултати, за да направат проценки за идните можни перформанси и за да ги оценат несметководствените фактори во рамката на микроекономскиот и финансискиот модел на претпријатието во која се прави инвестирањето. Така, еден од најголемите ризици за инвеститорите, претставува ризикот дека финансиските информации, врз кои тие се потпираат, се материјално погрешни. Финансиската информација може да биде погрешно прикажана намерно или ненамерно. Понатаму, финансиската информација може да биде погрешна преку вклучување погрешна информација во финансиските извештаи, или преку исклучување или неприкажување на некоја информација.

Имајќи ги предвид неодамнешните контроверзи поврзани со недоверливоста на објавените финансиски информации, постои реална опасност дека креативното сметководство се смета за нов феномен. Креативното сметководство претставувало искушение и проблем уште од моментот кога за првпат биле употребени сметководствените принципи за известување на деловните перформанси. И денес, сè уште се користи старата шега поврзана со сметководителот кој бил запрашан да одговори колку се два плус два. На тоа сметководителот одговорил: „Колку сакаш ти да биде одговорот?“ Сметководителската шега претставува многу добра почетна основа за дефинирање на креативното сметководство како можност посакуваниот одговор да ја наруши објективноста и да го оправда изборот на несоодветниот сметководствен метод.

Вредноста на надоместоците кои се засновани врз остварените перформанси, често служат како силна мамка за управување со добивката, посебно во одредени сектори како што се софтверот, електрониката и високата технологија. Понатаму, заради големиот бран на профитабилни иницијални јавни понуди (IPOs) во 90-тите години и значителниот раст на средните претпријатија, сметководствената традиција за професионална обука, соодветно искуство и етичка свесност кај финансиските аналитичари опадна. Традиционалниот ригорозен систем на обука, развој, супервизија и промоција на сметководители во некои претпријатија му го отстапи патот на т.н. „инстант сметководство“ кое подразбира неискусни сметководители, помлади МБА менаџери и други лица кои немаат соодветно знаење,

искуство и професионална дисциплина за да направат соодветна разлика помеѓу она што е правилно и она што е погрешно во сметководственото расудување. Некои од овие луѓе беа поколебани од страна на повисоките нивоа на менаџмент да дејствуваат на начини со кои се дава предност на перформансите на претпријатието пред моралните вредности. Сето тоа влијаеше врз појавата на мегасметководствените скандали кои предизвикаа нарушување на интегритетот на сметководствената и ревизорската професија и потреси на светските пазари за капитал.

Пазарите за капитал и финансиските измами

Постојат повеќе видови пазари за капитал. Тие подразбираат како пазари за должнички хартии од вредност, така и пазари за сопственички хартии од вредност, кои се воспоставуваат преку организирани берзи и преку посебни видови пазари, на кои се тргуваат одредени должнички инструменти, како што се благајничките записи на САД. Од слично значење се кредитните пазари, во кои компаниите, владите и поединците можат да позајмуваат фондови како за краткорочна, така и за долгорочна употреба од заемодавачите, поаѓајќи од традиционалните банки и пазари за комерцијални записи, па сè до издавачите на кредитни картички. Управувањето со инвестираните фондови поаѓајќи од јавните заеднички фондови, па сè до приватните хеџирани фондови, кои се отворени само за неколку избрани инвеститори, исто така претставуваат важен сектор на пазарите за капитал. Понатаму, тука треба да се вклучат и девизните пазари каде секојдневно се тргуваат милијарди долари од различни валути насекаде низ светот. На крај, треба да се вклучат и секундарните пазари, во кои поединците и најголемите светски инвеститори, како што се пензиските и заедничките фондови, тргуваат со должнички и сопственички хартии од вредност на јавно поседуваните компании. Примарни учесници на пазарите за капитал се:

- Банките, вклучувајќи ги комерцијалните банки, големите банки, националните или централните банки, инвестициските фондови, кредитните унии и хипотекарните банкари;
- Инвестициските банки – примарните потпишувачи на новоиздадени хартии од вредност и на двата пазари за должнички и за сопственички хартии од вредност;
- Брокери/дилери – брокери за акции и обврзници за институционалните клиенти и за индивидуалните клиенти, тргувачи со валути, примарни дилери со благајнички записи на САД, ‘он-лајн’ или Интернет-брокери со акции и брокери и трговци со стоки;
- Осигурителни компании;

- Заеднички фондови и нивните советници;
- Индивидуални инвеститори.

Учесниците на сите овие пазари се потпираат врз финансиските информации од еден или од друг вид, со цел да ги насочат нивните фондови и да ги утврдат стратегиите за тргување. На најфундаментално ниво, пазарите за капитал подразбираат текови на парите од една страна кон друга. За измамниците тие претставуваат можност за пренасочување на таквите текови на фондовите, честопати, преку заведување на страните кои се вклучени во трансакцијата со лажни финансиски информации.

Доколку ги исклучиме индивидуалните инвеститори, сите останати учесници можат да станат жртви на измамничките шеми на три основни начини: (1) да бидат нападнати од внатре, генерално преку вработен измамник кој ги надминува сопствените овластувања за постигнување лични цели; (2) да бидат нападнати од надвор, преку широк спектар на шеми да се дојде до фондови под лажни измами; или (3) да бидат искористени како несвесен учесник со цел да се олесни измамничката шема која се врши за други или за добивање корист за другите. Перењето пари претставува класичен пример од третата категорија. Некои едноставни примери од првите две категории се на пример, службеник во банка кој ги одобрува заемите и ги исплаќа парите кон ентитетите кои тој тајно ги контролира, или трговецот со валути, обврзници или стоки кој работи со загуби, а потоа се обидува да го прикрие тоа преку трансакции кои ги надминуваат одобрените лимити. Финансиските институции како што се брокерите/дилерите за хартии од вредност, брокерите за стоки, инвестициските банки, инвестициските фирми и групите на заеднички фондови можат исто така да извршат измами. Генерално, ова настанува кога институциите за лични цели го користат подобриот пристап до информации кои го имаат во врска со вредностите и предвидувањата за инвестицијата, наместо да ги споделат таквите информации со нивните клиенти.

Големата економска криза од 1929 година резултираше во револуција во заштитата на инвеститорот и пазарната регулација, пред сè на подрачјето во САД, како највлијателна сила врз светските пазари за капитал. Тоа подразбираше воспоставување на Комисијата за хартии од вредност на САД во 1934 година; донесување на Законот за инвестирање во компаниите во 1940 и воспоставување на Здружение за заштита на инвеститорите, иницирана во 1970 година, со што се воведоа ригорозни правила кои се однесуваат на квалификациите, неетичкото однесување на учесниците на пазарите, објавувањето на финансиските информации и на тргувањето со хартии од вредност. Неодамна, имаше многу остра судска парница во врска со деривативните инструменти кај Gibson Greetings и Procter & Gamble

[Markham W. J., 2002, 204], што предизвика воведување на нови регулативи за фер известување и донесување на Законот на Сарбанс-Оксли од 2002 година. И покрај тоа што ова тело за законодавство, правила и практики е многу моќно, софистицираните инсајдери често ги искористуваат предностите од неинформираните инвеститори. Сепак, моделот за анализа на хартиите од вредност врз основа на финансиските информации претставува централно прашање во модерните економии, а задачата на сите морални учесници во веригата на корпоративното известување е да направат сè што е во нивна можност за да понудат осигурување дека информациите се доверливи, комплетни, јасни и навремени.

Инвеститорите купуваат сопственички хартии од вредност со очекување дека нивните инвестиции ќе генерираат задоволителен повраток преку еден од двата начини – или во идеални услови, преку двата начини: преку дивиденди и преку зголемување на пазарната вредност на хартиите. Пазарната вредност може да биде под влијание на повеќе фактори, но во најголем дел, сопственичките хартии од вредност се засновани врз профитабилноста на претпријатието. Вредноста може да се измери и предвиди преку анализирање на минатите т.е. историските перформанси, преку проценка на тековните резултати од активностите и финансиските услови и преку оценување на можните идни резултати. Некои од мерилата на перформансите на претпријатијата – минатите, сегашните и идните – се сметководствени мерила, како на пример:

- Приходите и трендот на движење на приходите,
- Профитните маржи,
- Добивката и трендот на движење на добивките,
- Паричните текови од оперативни активности и очекуваните идни парични текови.

Други индикатори за потенцијалната вредност на хартиите од вредност претставуваат познатите или предвидените пазарни успеси за постоечките или за антиципираните производи и услуги; пазарното учество; факторите на конкурентноста како што се правата на интелектуална сопственост, квалитетот на менаџментот, потрошувачите, супериорната дистрибуција или ефективноста на понудата и производните ресурси; и технолошките предности. Ваквите индикатори на вредноста претставуваат претпоставки за оперативните резултати, со тоа што тие се очекува да придонесат кон зголемување на вредноста на сопственичките хартии од вредност заради нивната инхерентна способност за создавање раст на приходите, контрола врз трошоците и расходите, постигнување атрактивни профитни маржи, и на крај, постигнување зголемена профитабилност.

Ризикот е значаен фактор кај сите инвестиции во капитал. Најосновниот ризик се состои во тоа што идните резултати од работењето – изразени преку финансиските резултати од активностите, профитабилноста и вредноста на акцијата – нема да ги постигнат очекувањата. Ризикот исто така може да се поврзе со несигурноста на приходите или на некои други сметководствени мерила, со промените во тековната вредност на акциите и со несигурностите во поглед на многу варијабили како што се егзогените економски фактори; пазарите, пазарното учество и конкурентското однесување; ликвидноста и способноста да се произведат и одржат неопходните парични текови и да се добие потребното финансирање; ризици поврзани со расудувањето на менаџментот; и ризици поврзани со промените во технологијата или во преференциите на купувачите.

Еден од најголемите ризици за инвеститорите претставува ризикот дека финансиските информации врз кои тие се потпираат, се материјално погрешни. Финансиската информација може да биде погрешно прикажана намерно или ненамерно. Понатаму, финансиската информација може да биде погрешна преку вклучување погрешна информација или преку исклучување или неприкажување на некоја информација. Кога финансиската информација е погрешна преку кој било начин, средство или вештина со намера да се заведат инвеститорите, претставува форма на финансиска измама. Преку финансиските скандали кои ги вклучија претпријатијата од типот на Enron, World Com и Global Crossing, учесниците на пазарите за капитал, пред сè инвеститорите, го научија следното [Madura J. 2004, 1]:

1. Извршните директори во претпријатијата секогаш не донесуваат одлуки кои се од најдобар интерес за инвеститорите кои ги поседуваат хартиите од вредност на тоа претпријатие,
2. Одборот на директори секогаш не обезбедува осигурување дека менаџерите секогаш работат во корист на интересите на акционерите и сопствениците на останатите хартии од вредност,
3. Финансиските извештаи секогаш не ја рефлектираат реалната финансиска состојба,
4. Независните ревизори секогаш не обезбедуваат сигурност дека финансиските извештаи на претпријатието се валидни.

Сметководствените нерегуларности како елемент на финанскиската измама во пазарите за капитал

Во пазарите за капитал, известувањето за финансиските информации има форма на финасиски извештаи за општа намена, кои најчесто вклучуваат: биланс на состојба, биланс на успех, извештај за промените во капиталот, извештај за паричните текови и белешки кон финансиските извештаи кои вклучуваат дополнителни информации во врска со сметководствените политики

и постапки кои се применети при изготвувањето на финансиските информации содржани во финансиските извештаи и останати значајни прашања кои бараат дополнителни обелоденувања во согласност со барањата за фер известување за резултатите од активностите и финансиската состојба на претпријатието кое известува. Претпријатијата чии што акции котираат на берза пополнуваат дополнителни финансиски податоци до Комисијата за хартии од вредност во форма на различни годишни, квартални и периодични извештаи, вклучително и Годишниот извештај. Притоа, доколку кој било од бараните извештаи содржи погрешни изјави или не прикаже некои значајни информации, тие може да подлежат на казни од страна на американските закони и регулативи.

Извештајот за ревизорски стандарди на AICPA бр. 69, Значењето на фер презентирањето во согласност со општоприфатените сметководствени принципи во независниот ревизорски извештај, на следниот начин го објаснува концептот на *фер презентирање* со општоприфатените сметководствени принципи:

> Пресудата во врска со „правичноста“ на севкупната презентација на финасиските извештаи треба да се примени во рамката на општоприфатените сметководствени принципи. Без оваа рамка, ревизорот нема да има униформиран стандард за донесување суд во поглед на презентирањето на финансиската состојба, успешноста и паричните текови во финансиските извештаи.

Така, според дефиницијата на американскиот институт за овластени јавни сметководители и на Комисијата за хартии од вредност, финансиските извештаи кои не се во согласност со општоприфатените сметководствени принципи, не се фер презентирани и се претпоставува дека се погрешни или неточни. Во случај кога инвеститорите добиваат погрешни финансиски извештаи, најчестиот резултат е поднесување тужба. Ваквите тужби најчесто претпоставуваат материјално погрешни информации или неприкажување на материјално значајни информации.

Извештајот за ревизорски стандарди (SAS) бр.99, Разгледување на измамите при ревизијата на финансиските извештаи, *финансиската измама*, вклучително и *сметководствените нерегуларности*, ги дефинира на следниот начин:

> Погрешните прикажувања кои произлегуваат од финансиското известување кое содржи измами претставуваат намерни погрешни презентирања или непрезентирања на износи или обелоденувања во финансиските извештаи со цел да ги измамат корисниците на финансиските извештаи.

Финансиското известување кои содржи измами може да вклучи манипиулирање, фалсификување или промена на сметководствените евиденции

или соодветните документи од кои се изготвуваат финансиските извештаи; несоодветно презентирање или намерно непрезентирање во финансиските извештаи за настани, трансакции или останати значајни информации; или намерно неприменување на сметководствените принципи поврзани со износите, класифицирањето, начинот на презентирање или обелоденување. Генерално, финансиската измама вклучува [Golden, Thomas W. et all. 2006, 68-69]:

- Објавени резултати кои не се во согласност со општоприфатените сметководствени принципи и покрај тоа што прекршувањето на општоприфатените сметководствени принципи, само по себе, не значи дека безусловно станува збор за измама;
- Притисоци или настојувања да се поддржи измамата, вклучувајќи притисок да се постигнат нереални оперативни резултати и настојувања во форма на надоместоци за успешно остварени резултати како што се опции за акции, бонуси или останати форми на надоместоци базирани врз резултатите, чија што вредност е поврзана со постигнување на такви нерални оперативни резултати;
- Можности да се поддржи измама, кои произлегуваат од несоодветни контроли, несоодветна поделба на должностите или доминирање на еден или повеќе поединци врз критичните елементи од сметководствениот и процесот за известување;
- Прикривање преку фалсификување, изменување, уништување или криење на документите и останатата сметководствена евиденција;
- Заговор помеѓу вработените, имајќи го предвид фактот дека само едно лице одвоено многу ретко може да изврши голема финансиска измама: напротив, големите финансиски измами обично вклучуваат и бараат дејствување, преку заговарање или пропусти, од страна на поголем број лица. Во случајот на World Com во финансиската измама беа вклучени повеќе лица не само од врвното раководство туку и од пониските нивоа од сметководствениот сектор. [Cooper C. 2008, 5]
- Погрешното презентирање е под влијание на широк спектар на фактори: тврдење дека контролните активности се извршуваат правилно, кога фактички тие не се извршуваат соодветно; природата на трансакциите или сметководствените настани; вистинската намера на менаџментот во согласност со настанатите трансакции; разумноста и поддршката за менаџерските расудувања и проценки; фалсификувана евиденција што е под влијание на следните фактори: отсуство на нумерација на страните; автентичност на документите за кои се смета дека се фалсификат или на друг начин изменети; врски со деловните партнери, вклучувајќи прикривање на договорите со поврзаните странки; датумите на документите – како што се предвремени датуми – и фактичко временско евидентирање на трансакциите; и вистинската природа на договорите како

што се оние во врска со правата на повраток, неизвесните договори, договори за испорака прикажани како извршени продажби и необелоденети рабати и останати намалувања на цените.

Креативното сметководство во претпријатијата кои се јавно поседувани претставува манипулирање со финансиските бројки за да се дојде до одговорот кој ги задоволува потребите на менаџментот на претпријатието, наместо да обезбеди објективни информации за учесниците на пазарот за капитал. Најчестите појави кои претставуваат резултат на креативното сметководство се дадени во Табела 1.1

Табела 1.1 Најчести појави кои се резултат на креативното сметководство

Појава	**Опис**
Агресивно сметководство	Примена на агресивни сметководствени принципи со цел да се постигнат посакуваните резултати, обично повисок износ на тековните заработки, независно дали таквите практики се или не се во согласност со важечките сметководстени стандарди и принципи.
Управување со заработките	Активно манипулирање со заработките во насока на претходно утврдените цели, кои можат да бидат утврдени од страна на менаџентот, предвидени од страна на аналитичарите или износ кој е во согласност со утврдената насока за израмнување на заработките
Израмнување на добивката	Форма на управување со заработките која се применува за отстранување на високите износи, кои се над и под нормалната серија на заработки, што вклучува чекори за намалување и „складирање“ на добивката во текот на поволните години, за нивно користење во неповолните години.
Финансиско известување кое вклучува измами	Намерни погрешни презентирања и пропусти во износите или обелоденувањата во финансиските извештаи, кои се прават за да се измамат корисниците на финансиските извештаи и кои се предмет на административни, граѓански и кривични постапки.

Извор: Mulford, Charles W.. Comiskey, Eugene. E.: *The Financial Numbers Game, Detecting Creative Accounting Practices*. John Wiley & Sons, Inc., 2002, pg.3

Преглед врз измамите во финансиските извештаи

Финансиските извештаи кои содржат измами најчесто вклучуваат материјално значајни грешки направени намерно или ненамерно во еден или во повеќе од финансиските извештаи. Ваквите измами генерално вклучуваат преценување на приходите; потценување на расходите; преценување на средствата; неприкажување на обврските; несоодветно или никакво обелоденување на трансакциите, сметководствените настани или останатите информации кои се материјално значајни за фер презентирањето.

Финансиските извештаи кои вклучуваат намерни или ненамерни погрешни презентирања, претставуваат измама за инвеститорите. Најчестата форма на измама во финансиските извештаи вклучува преценување на приходите и добивката и потценување на трошоците и расходите со цел да се „надува" профитабилноста или да се минимизираат загубите на претпријатието. Истовремено, ваквите погрешни презентирања во Билансот на успех, исто така резултираат и во преценување на средствата и потценување на обврските. Ваквата измама е позната како „вклучена" (inclusive) измама бидејќи финансиските извештаи *вклучуваат* трансакции или вредности кои се погрешни. Спротивно, измамата може да произлегува од намерно исклучување на обврските и облигациите од финансиските извештаи на претпријатието. Ваквата измама е позната како „исклучена" (exclusive) измама. Најчести примери за ваков вид измами во финансиските извештаи се прикажани во Табела 1.2.

Различните видови на *вклучените* измами од Табела 1.2. можат да се однесуваат или на создавање фиктивни средства, или на изоставање на фактички обврски, или на двата случаи, или пак, можат да се однесуваат на тајмингот на трансакциите, на пример:

- Приходите и побарувањата од купувачите предвремено се признаваат пред тие да бидат заработени и реализирани или да можат да се реализираат;
- Трошоците на продадени производи се одложени кога ваквите трошоци се разграничени, или преку несоодветно преценување на вредноста на залихите или преку одложување на признавањето на набавките или трошоците (материјали, труд, и/или набавки) или преку одложување на признавањето на индиректните расходи и општите административни трошоци,
- Неизвесности – во форма на спорни сметки за исправка на вредноста, исправки за вратени продажби, резерви за гаранции и обврски за поправка на производите, резерви за судски спорови и слично – не признаени во соодветно време (кога тие биле можни и проценливи), според тоа резултираат во одложување на признавањето на соодветниот расход,

- Разграничувањата на сметките за обврски кон доставувачите и за останатите сметки на обврските кои не се признаени навреме, а обврските фактички настанале, според тоа се одложува признавањето на поврзаните расходи.

Во случај на создавање фиктивни средства, двете најчести измами вклучуваат евидентирање фиктивни приходи и со нив поврзани фиктивни побарувања од купувачите и евидентирање на фиктивни залихи и според тоа потценети трошоци на продадени производи или останати расходи. Независно, за која било сметка во билансот на состојба каде што може да се евидентира фиктивно зголемување на страната „дебит“ (должи), ќе предизвика евидентирање на еднаков фиктивен износ на страната „кредит“ (побарува) на приходна сметка или на расходна сметка во билансот на успех, со тоа потценувајќи ја добивката.

Табела 1.2 Комбинации на погрешни ставки при вообичаени *вклучени* измами

Средства или Обврски		**Ефект врз Билансот на успех**	
Побарувања од купувачите	Преценето	Приходи	Преценето
Исправка на вредноста за вратените продажби	Потценето	Приходи	Преценето
Исправка на вредноста за сомнителни побарувања	Потценето	Расход за ненаплатливи побарувања	Потценето
Залихи	Преценето	Трошоци на продадени производи	Потценето
Резерви на залихи (за оштетување на вредноста на залихите според пониска од набавна и пазарна вредност)	Потценето	Трошоци на продадени производи	Потценето
Залихи	Преценето	Директни расходи	Потценето
Однапред платени трошоци или одложени средства	Преценето	Директни, индиректни или продажни расходи, општи и административни расходи	Потценето
Обврски кон доставувачите или разграничени обврски или останати обврски	Потценето	Расходи	Потценето

Извор: Golden, Thomas W., et. al.: *A guide to forensic accounting investigation*. John Wiley & Sons Inc., 2006, pg.66

Исклучените измами обично произлегуваат од исклучување на обврските кон доставувачите или на останатите обврски – како што се договорени обврски, гаранции или неизвесни обврски – од билансот на состојба на претпријатието. Ефектите од ваквите исклучувања подразбираат [Golden, Thomas W., et. al. 2006, 66-67]:

- Соодветно потценување на расходите, како што се:
  - Расходи за заштита на животната средина и соодветни расходи за судски спорови, поврзани со неуспехот соодветно да се евидентираат обврските за заштита на животната средина,
  - Расходи за судски спорови, поврзани со неуспехот соодветно да се евидентираат резервите и обврските за пресудите,
  - Загуби поврзани со долговите и останатите долгорочни обврски кои се јавуваат во претпријатието како резултат на необелоденети гаранции, договорени обврски или останати неизвесни обврски,
  - Резерви или директни задолжувања поврзани со оштетувањето на неконсолидираните средства како што се инвестирањето во капитал, зедничките вложувања и партнерствата, поврзани со неуспехот да се евидентираат ставките кои резултираат во потценување на загубите од инвестирање или намалување на добивката,
  - Исправка на вредноста или разграничување на загубата, исправка на вредноста за сомнителни побарувања, исправка на вредноста за загуби по основ на заеми, резерви за залихи, резерви за гаранции и за сервисирање на производите, или резерви за самоосигурување кои се намерно исклучени и според тоа резултираат во потценување на соодветните расходи,
- Соодветно преценување на мерилата за ликвидноста – како што се показателот за тековната ликвидност и показателот за односот помеѓу долгот и капиталот – и потценување на вистинското салдо на вкупни обврски на претпријатието,
- Соодветно потценување на расходите за камати.

Некои измами вклучуваат намерно погрешно евидентирање на трансакциите и невистинити обелоденувања поврзани со сметководствените политики и процедури кои се употребени за евидентирање на таквите трансакции или настани, ефектите од сметководствените промени, класифицирањето на трансакците, или начинот на кој таквите трансакции влијаат врз објавените резултати од активностите. Помеѓу најчестите примери се наведуваат:

- Неуспехот за соодветно обелоденување на ефектите – тековни и идни активности – за материјално значајните промени во сметководствените проценки,
- Несоодветна класификација на оперативните расходи и на трошоците или загубите како неповторливи ставки, кога всушност таквите расходи треба да се прикажат како оперативни,
- Создавање резерви – најчесто е поврзано со обврските пред набавките, трошоците за реорганизација и останатите т.н. еднократни трошоци – кои намерно ги надминуваат можните и проценливите обврски кои се очекува дека ќе настанат како и последователно ослободување на ваквите резерви со цел да се отпишат расходите или да се зголемат приходите за кои ваквите резерви не биле обезбедени,
- Погрешно прикажување на – или неуспех да се вклучат – клучните сметководствени политики и/или нивниот ефект врз објавените резултати од активностите.

Креативното сметководство не е секогаш поврзано со комплицирани трансакции и евиденции за кои има простор за слободна интерпретација на сметководствените стандарди и законските барања. Точно е дека случајот со Enron беше делумно предизвикан од комплексните трансакции за тргување и неговата практика за создавање нови „деловни ентитети за специјални цели“ со цел долгот да се држи надвор од билансот на состојбата. Меѓутоа, другиот поголем сметководствен скандал од 2002 година – World com, беше пример за наједноставни и застарени измами поврзани со несоодветно дефинирање на капиталните издатоци. Едно од фундаменталните сметководствени прашања е поврзано со разграничувањето помеѓу третирањето на издатоците како трошоци во Билансот на успех или како средства во билансот на состојбата. Прашањето и принципот кои стојат позади одговорот се едноставни, но праксата може да биде многу комплицирана. Принципот се состои во следното [Amor K., Warner A. 2003, 27-28]:

- Капиталните издатоци претставуваат потрошени парични средства за добивање користи кои ќе се уживаат во подолг период од една година и тие се прикажуваат во билансот на состојбата;
- Издатоците за остварување приходи чии користи се однесуваат за тековната година и овие издатоци се поврзуваат со постигнатите продажби во билансот на успехот.

Во написот во Industry Week од февруари 2002 година, било објавено дека во „про форма“ финансиските извештаи, нето-добивката на Cisco Systems изнесува 3,09 милијарди долари, за подоцна добивката да стане загуба од 1,01 милијарди долари, утврдена според американските општоприфатени сметководствени принципи. Превисоката добивка била

резултат на неприкажување на голем број административни расходи за кои било потребно вклучување според општоприфатените сметководствени принципи на САД.

Друг вид финансиска измама вклучува намерно создавање резерви. Ова обично настанува во време кога претпријатието постигнува вишок заработувачка – што значи дека, заработките ја надминуваат планираната добивка, и очекувањата на аналитичарите. Ваквиот „вишок“ се чува за „црни денови“, кога ослободувањето на ваквите резерви ќе му помогнат на претпријатието да ги реализира поставените таргети на добивката.

Согледувања во врска со финансиските измами

Како и сите други погрешни работи, креативното сметководство никогаш не може целосно да се избрише. Доколку менаџментот на претпријатието има намера да ги излаже ревизорите и акционерите, најверојатно тоа и ќе го направи и на краток рок ќе се извлече неказнето, доколку не биде откриен. Затоа што, менаџерите во суштина ги контролираат податоците и имаат моќ и можност да прават измами, па според тоа многу е веројатно дека секогаш ќе постојат поединци кои ќе сакаат да ги искористат предностите од направените измами. За периодот од 1998 до 2007 година спроведени се 347 истраги за измами во финансиското известување од страна на КХВ на САД, при што се открило дека просечниот износ на измамите се зголемил за три пати во споредба со соодветното ниво утврдено со истражувањето во 1999 година, од просечен износ од 4,1 милиони долари во 1999 година на 12 милиони долари во 2007 година.

Меѓутоа, финансиските измами можат да бидат минимизирани и да бидат намалени нивните ефекти врз пазарите за капитал и врз инвеститорите, доколку тие се согледаат и препознаат во нивните рани фази. Повеќето финансиски измами започнуваат како мали, а подоцна растат поголеми и поголеми, сè додека не предизвикаат значителна штета. Манифестирањето на доволна „будност“ и професионален скептицизам можат да послужат како методи за заплашување на финансиските измами и на придружните финансиски загуби кои ги претрпуваат инвеститорите и останатите корисници на финансиските извештаи. Искуството покажало дека адекватните интерни контроли, соодветниот стил на врвниот менаџмент, ефективната ревизија и будноста и свесноста за активностите кои вклучуваат измами ќе ги намалат шансите за вршење измами и ќе им го отежнат патот на оние кои сакаат да бидат креативни при изготвувањето на финансиските извештаи.

Summary

Financial fraud resulting from creative accounting has been a temptation and a problem from the moment that accounting principles were first used to report on business performance. With all the recent controversy about the unreliability of published financial information, major public companies have experienced financial reporting fraud, resulting in turmoil in the capital markets, a loss of shareholder value, and, in some cases, the bankruptcy of the company itself. The managers control the data and have the power and the opportunity to deceive, so it is likely that there will always be a few who take advantage. But the application of good accounting principles, backed up by effective auditing, will reduce the chances and make it more difficult for those who wish to be creative. However, even one financial fraud that is spectacular in terms of size, audacity, and harm can do enormous damage to investor confidence in financial markets, the strength of financial institutions, and the reliability of financial statements. The intention of this paper was to present typical situation of financial fraud and to make a contribution toward prevention and early phase deterrence and detection of financial reporting fraud, in order to benefit investors and other participant in the capital markets.

Key words: *fraudulent financial statements, creative accounting, capital markets, financial reporting*

Литераутра

1. Amor, K. Warner A.: *Uncovering Creative Accounting*. Prentice Hall, Financial Times, Pearson Education, 2003
2. Coenen, Tracy L.: *Essentials of Corporate Fraud*. John Wiley & Sons, Inc., 2008
3. Cooper, C.: *Extraordinary Circumstances, The Journey of a Corporate Whistleblower*. John Wiley & Sons Inc., 2008
4. Golden, Thomas W., et. al.: *A guide to forensic accounting investigation*. John Wiley & Sons Inc., 2006
5. Goodman, Jordan E.: *Reading between the Lies, How to Detect Fraud and Avoid Becoming a Victim of Wall Street's Next Scandal*. Dearborn Trade Publishing, A Kaplan Professional Company, 2003
6. Holtz Rubenstein Reminick LLP: *COSO Issues its Report on Fraudulent Financial Reporting*. Certified Public Accountants Business Advisers, September, 2010

7. Madura, J.: *What every investor needs to know about accounting*. McGraw-Hill Inc., 2004

8. Markham, Jerry W.: *A Financial History of the United States*. Volume III, From the Age of Derivatives into the New Millennium (1970-2001), M.E. Sharpe, Inc., 2002

9. Mulford, Charles W.. Comiskey, Eugene. E.: *The Financial Numbers Game, Detecting Creative Accounting Practices*. John Wiley & Sons, Inc., 2002

10. OICU-IOSCO Technical Committee of the International Organization of Securities Commissions: *Strengthening Capital Markets Against Financial Fraud*. February 2005

11. Pickett, Spencer K.H.. Pickett J.: *Financial Crime Investigation and Control*. John Wiley & Sons Inc., 2002

12. Rezaee, Z.. Riley R.: *Financial Statement Fraud, Prevention and Detection*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2010

13. Silver, D., *Cooking the books – Say Pasta la vista to corporate accounting*. Adams-Hall Publishing, 2006

14. Zack Gerard M..: *Fair Value Accounting Fraud, New Global Risks & Detection Techniques*. John Wiley & Sons Inc., 2009

331.108.62 : 364.634
364.634 : 331.108.62

Помлад асс. **Татјана МАЖЕНКОВСКА – ТРАЈАНОВА**

МОБИНГ - РЕАЛНОСТ ЗА КОЈА МАЛКУ СЕ ЗБОРУВА

Апстракт

Мобингот е девијантна појава во организациското однесување која има последици по психичкото и физичко здравје на вработениот, го нарушува нормалниот тек на неговиот живот и семејната хармонија. Ги нарушува квалитетот и продуктивноста на работата. Има правни, општествени, финансиски последици и штети на целокупната општествена заедница. Сé ова наметнува потреба на проблемот да му се посвети сериозно внимание и да се третира од сите негови аспекти.

Овој текст има за цел да даде општ преглед за тоа што значи мобинг, причините за негово појавување и последиците од неговото постоење.

Клучни зборови: *мобинг, мобинг активности, мобер, жртва на мобинг*

Дефиниција за мобинг

Поимот **мобинг** или психолошки терор во работната средина се однесува на непријателска и неетичка комуникација која е насочена на систематски начин од страна на една или повеќе единки, главно кон една единка, која заради мобингот е ставена во позиција во која е беспомошна, без можност да се одбрани, и се држи во таа позиција со помош на постојани активности на малтертирање. Тие се одвиваат со голема фреквенција (најмалку еднаш неделно) на подолг период (најмалку шест месеци). Заради големата фреквенција и долгото траење на непријателското однесување, малтретирањето придонесува за значајни ментални, психосоматски и социјални проблеми. [1]

Зборот мобинг , англиски mobbing, е кованица од глаголот to mob, што значи простачки да се нападне (mob - маса, толпа, банда). Станува збор

[1] H.Leynann; The Mobbing Encyclopaedia;
http://www.leymann.se/English/12100E.HTM

за новодефиниран, но одамна постоечки облик на злоставување на работното место. Ова девијантно однесување прв го воочил, дефинирал и дијагностицирал шведскиот психолог Хајнц Лејман (Heinz Leymann)[2]. Д-р Лејман во почетокот на шеесеттите години на минатиот век перманентно го набљудувал непријателското однесување кај училишните деца и го нарекол мобинг. Во осумдесеттите години истото однесување го забележал и кај вработените на работното место и го нарекол со истото име. Во својата Енциклопедија за мобингот (The Mobbing Encyclopaeria) д-р Лејман ја предупредува светската јавност на мобингот како занемаруван и толериран вид на загрозување на основните човекови права, кој може да биде повеќекратно штетен и за жртвата и за работниот колектив.

Мобингот во суштина подразбира постојано напаѓање, понижување, малтретирање и обиди за изолација на жртвата, сé до тогаш додека единката која се напаѓа не може да функционира на работното место. Крајна цел е потполно елиминирање на жртвата. Мобингот најчесто не е сексуално или расно мотивиран.

Активностите со кои вработениот се злоставува можат да се поделат на:

1. Напади на можности за адекватна комуникација - ограничување на можноста за изразување; жртвата се прекинува во разговорот, се одбиваат невербалните контакти (избегнување на поглед, незабележување на гестикулација),

2. Напади на можноста за одржување на социјалните односи - жртвата постојано се изолира, никој не ѝ се обраќа, не се повикува на состаноци, неформални дружења,

3. Напади на личната репутација - озборувања, исмејување, негативни коментари за личните карактеристики на жртвата.

4. Напади на квалитетот на професионалната работа - постојани критики и приговори, вреѓања, претерана контрола, постојано казнувања, давање на работни задачи кои не се прилагодени на професионалната квалификација, затрупување на жртвата со премногу работни задачи, или не и се делегираат никакви задолженија.

5. Напади на здравјето - на жртвата и се даваат работни задачи кои го нарушуваат нејзиното здравје, не и се дозволува користење на годишен одмор или слободни денови.

[2] Heinz Leymann (17.07.1932, Волфенбутел, Германија - 1999, Стокхолм, Шведска) - шведски психолог од германско потекло. Основоположник на теоријата за мобинг, најобемни истражувања кои се однесуваат на мобингот, Основоположник на клиника за помош на жртвите од мобинг. Автор на The Mobbing Encyclopaedia.

Мобингот е многу повеќе од повремени конфликти или канцелариски расправии. Оној кој го практикува мобингот (мобер) има свесна намера (многу ретко несвесна) да и напакости на жртвата и / или да ја присили да ја напушти работната средина.

Жртва на мобинг може да стане секој, без разлика на полот, годините на старост, социјалниот статус, надворешен изглед, степенот на образование или професионалната позиција. Колку е работата повисоко позиционирана, дотолку мобингот е посуптилен. Иако истражувањата покажуваат дека мобингот подеднакво ги згрозува и двата пола, искуствата покажуваат дека жените се за нијанса поризична група. Според Лејман , секој вработен во својот работен век има 25% шанси да биде жртва на мобинг.

Типови на мобинг

Во зависност од насоката во која се движи, мобингот може да биде вертикален или хоризонтален. Истражувањата покажуваат дека 55% е вертикален и 45% хоризонтален мобинг.

Вертикален мобинг има кога претпоставениот злоставува еден работник, или еден по еден додека не ја уништи целата група (систематски мобинг). Овој вид на мобинг се нарекува уште и босинг. Многу ретко (во 5% од случаите) група подредени работници го малтретираат претпоставениот.

Хоризонталниот мобинг се одвива помеѓу работници кои се наоѓаат на исто хиерархиско ниво во организацијата. Чувството на загрозеност, љубомора и завист можат да ја поттикнат желбата да се елиминира некој колега кој можеби бил довчерашен пријател. Желбата некој да се елиминира е многу поголема ако тоа води кон напредување во кариерата. Многу често жртви на овој тип на мобинг се работници кои се истакнуваат со квалитетот на својата работа.

Хоризонтален мобинг се јавува и кога заради внатрешни проблеми во колективот, лоша организациска поставеност или несоодветни услови за работа, цела група на работници ќе одбере еден работник како жртва, па на него докажуваат дека се поспособни.

Стратешки мобинг е начин работникот или група на работници кои се сметаат вишок на работна сила, или од некои други причини се сметаат непожелни, да се примаораат да ја напуштат работата.

Фази на мобингот

За да се направи идентификација на мобингот, треба да се разбере структурата на мобинг нападите. Погоре споменатите активности, кога не се во контекс на мобингот, не се секогаш сами по себе со чисто негативен карактер и сочинуваат голем опсег на нормални интерактивни однесувања. Се додека станува збор за изолирани епизоди, таквата интеракција може да се набљудува како нормален дел од работата Меѓутоа, ако се користат зачестено и во подолг временски интервал со намера да вознемируваат и малтретираат, нивното значење се менува, па се закануваат да станат опасно оружје за комуникација. Систематската употреба на непријателски активности со време активира развој на стереотипен правец на мобинг процес. Дефиницијата за мобинг токму тоа и го нагласува - две централни функции, повторување и траење. [3]

Мобингот почнува со активности кои делуваат повеќе збунувачки отколку загрижувачки. Првите сигнали дека нешто не е во ред можат да се воочат во промените во комуникацијата. Жртвата се исклучува од процесот на комуникација, со тоа што се остава дезориентирана и оневозможена да реагира, оставајќи ја да се преиспита самата себе со што тоа го предизвикала.

Иницијалната мобинг ситуација е секогаш таква да може да се опише како конфликт. На мобингот може да се гледа како ескалација на конфликтот. Конфликтот ескалира во мобинг тогаш кога една од конфронтираните страни ќе заврши во инфериорна положба и станува цел на систематски негативни социјални активности. Конфликтот неможе да биде наречен малтретитање ако е изолиран инцидентен настан или ако двете страни се со приближно иста снага.[4] Не е разјаснето кои детали влијаат на тоа конфликтот да премине во мобинг. Хипотетички, ова е првата фаза на мобингот, која сеуште неможе да се окарактеризира како мобинг, а трае многу кратко.

Следната фаза во развојот на мобингот е така нареченото жигосување на жртвата од страна на колегите, претпоставениот или топ менаџментот. Погоре веќе беше спомнато дека мобинг активностите содржат однесувања кои во нормална интеракција немора да индицира агресија, меѓутоа кога се случуваат зачестено, во текот на подолг период, го менуваат својот контекст и служат да се означи т.е. жигоса некој во групата.

Случајот станува "официјален" тогаш кога ќе се вмеша менаџментот. Заради претходното жигосување на жртвата, многу често се случува

[3] Lars Johan Hauge, ... Relationships between stressful work environments and bulling: Results of a large representative study, Work & Stress, July-Septemer 2007 21(3) p.220
[4] Ibid p.222

менаџментот да направи погрешни проценки на ситуацијата и кривицата да биде ставена на терет на мобираниот вработен. Желбата да се отстрани проблемот, резултира со желба да се отстрани жртвата. Конечно жртвата е маркирана како проблематична, може да има проблеми со секое идно работно место, а со самото тоа доаѓа до сериозни кршења на незините човекови права.

Ако мобираниот вработен побара помош кај психолог или психијатар, заради недоволното искуство на овие кадри со вакви ситуации, може да дојде до погрешно разбирање на состојбата на пациентот, односно до поставување на погрешна дијагноза. Постои голем ризик жртвата да биде маркирана со дијагноза како што е, параноја, агресивна параноја, депресија, пореметување на личноста, пореметување во прилагодувањето и сл. Со погрешно поставената дијагноза жртвата ја губи шансата да добие професионална рехабилитација и да се врати на работното место.

Крајна фаза на мобингот е истерување на жртвата од работното место, а во екстремни случаи и од пазарот на работна сила, многу пред да бидат стекнати услови за пензионирање. Протерувањето од фирмата е неуспешен крај на приказната.[5] Кога жртвата ќе се најде во ваква ситуација, изложена е на опасност од развој на сериозни психички заболувања, заради кои е приморана да побара медицинска и психолошка помош. Меѓутоа овде повторно се навраќаме на погоре кажаното - поставување на погрешна дијагноза.

Развој на мобингот

Истражувањата покажуваат дека сите вработени во својот работен век се сретнуваат со конфликти кои под одредени услови на ниво на претпријатие можат да прераснат во мобинг. Како најчести фактори кои можат да го условат мобингот се издвојуваат : недефинирана хиерархиска структура, неадекватно образование на раководниот кадар, неправилна распределба на работните задачи, притисок за успех на некој проект, лоши мерки на реорганизација, организациски промени, недостаток на информации или слаба информираност итн.

Еден од иницијалните фактори за појава на мобинг е лошата организациска структура. При анализирање на случаите на мобинг се јавува скоро стереотипна причина - екстремно лоша организациска структура и/или

[5] Diter Zapf, Claudia Gross; Conflict escalation and coping with workplace bulling: A replication and exstension; European Journal of Work and Organizational Psychology, 2001, 10(4), p. 500-501

неспособен менаџер[6]. Во лошо поставена организациска структура, непрецизно дефинирани одговорности и овластувања, многу лесно може да дојде по конфликтна ситуација, која пак од друга страна може да премине во мобинг.

Секундарен извор на мобинг може да биде лошото менаџирање на конфликтите. Доколку претпоставените наместо разрешување на конфликтот земат активно учество во малтретирањето или одберат страна, доаѓа до влошување на ситуацијата. Исто така истражувањата покажуваат дека ако менаџерот го занемари конфликтот, тогаш остава време да се продлабочи и ескалира. Карактеристично за лошото управување е кога менаџерот ќе се вмеша внатре во групата на еднакво ниво (почесто кај жените) или ако го негира постоењето на конфликтот (почесто кај мажите). Двете ситуации се опасни, и заедно со лошата организациска структура се главни причини за развој на мобинг процес на работната организација

Работното место е секогаш дефинирано со правила на однесување. Пред се се бара ефективна соработка помеѓу вработените, контролирана од страна на претпоставените. Секогаш постои опасност од стварање на конфликт, меѓутоа конфликтот мора да биде решен со цел стварање на ефикасна продуктивност. Обвраска на претпоставениот е да ги реши ваквите ситуации. Нивното занемарување, а претпоставените и топ менаџерите во отсуство на знаење за менаџирање на конфликтите тоа често го прават, значи можност да ескалираат во мобинг процес. Доколку конфликтот прерасне во мобинг процес, примарната одговорност лежи во менаџментот, бидејќи конфликт менаџментот не е спроведен со цел на разрешување на конфликтот и како недостаток на организациската политика која би можела да разрешува конфликтни ситуации.

Жртви на мобингот

Со оглед на тоа дека мобингот најчесто започнува со обичен конфликт, а се развива бавно, на жртвите не им е лесно да препознаат дека мобингот им се случува токму нив, а не им е и јасно зошто се баш тие одбрани. Често претпоставените играат одлучувачка улога, кои заради својот неквалитет или својата необјективност неможат или незнаат да разликуваат неосновани оптужби или сомнеж, па настојувањата да се ослободат од "кавгаџијата", всушност доприносуваат за развој на мобингот. За жал, дури ни психолозите и психијатрите неможат лесно да ги препознаат последиците од мобингот, бидејќи психичките и физичките пореметувања главно се препишуваат на стресот заради преоптеретеност на работното место.

[6] Lars Johan Hauge, ... Relationships between stressful work environments and bulling: Results of a large representative study, Work & stress, July-Septemer 2007 21(3) p.224

Жртва на мобинг процес може да биде секој. Жртви можат да бидат чесни луѓе, многу креативни луѓе, млади на почеток на кариера, припадници на малцински групи, лица со посебни потреби, лица кои се прогласени за технолошки вишок, вработени со хомосексуална определеност, болни од нетипични болест (сида, хепатит), слаби личности, вработени со неадекватни квалификации ...

Карактеристични реакции на жртвите од мобинг се:

Почетно самооптужување - првата мисла на жртвата е дека сигурно нешто згрешила и дека сигурно кривицата е во неа. Вообичаено се поставуваат прашања за одговорноста за настанатата ситуација, можните направени грашки, каде е грешката. За оваа фаза карактеристични чувства се анксиозност и депресија. Ако жртвата е и самата склона кон самооптужување, може со години да го трпи мобинг процесот, секогаш барајќи ја грешката во себе, не сфаќајќи што и се случува, се додека не почне да чувствува тешки здравствени последици. Дури и тогаш, многу често, жртвата не ја поврзува својата здравствена состојба со мобинг.

Осаменост - Жртвата се чувствува осамена, отфрлена и често се срами заради тоа што се случува, се плаши дека другите нема да и веруваат, па затоа за својот проблем не зборува со семејството или пријателите. Доколку жртвата го изнесе својот проблем, на почетокот можеби и ќе наиде на разбирање, меѓутоа подоцна почнуваат обвинувања и од најблиските, па се случува т.н. двоен мобинг.

Лично обезвреднување - е еден од симптомите на правата депресија. Жртвата е преплавена со мисли за неможноста да се прилагоди, неспособноста да го реши проблемот, самообезвреднување.

Борба за блокада и елиминација на мобингот - тоа е реакција на јаки и интелегентни личности кои се свесни дека се под влијание на мобинг процес. Таквите лица ги користат сите расположливи законски, психолошки, социолошки, медиумски и други средства за да го свртат вниманието на јавното мислење дека станува збор за мобинг.

Симптоми кои можат да се јават кај жртвите од мобинг

Анализата на симптомите кои се јавуваат кај жртвите на мобинг според тежината можат да се поделат во седум групи:[7]

[7]H.Leynann; The Mobbing Encyclopaedia; op.cit.
http://www.leymann.se/English/13100E.HTM

Група 1: Проблеми со памтење, проблеми со концентрацијата, малаксаност на духот, депресија, недостаток на иницијатива, апатичност, раздразливост, обична нетрпеливост, агресивност, чувство на несигурност, осетливост на препреки.

Група 2: Ноќни мори, болки во абдоменот, дијареа, повраќање, мачнина, губење на апетит, "кнедла во грло", плачење, осаменост, изолираност.

Група 3: Болки во градите, потење, сува уста, тахикардија, недостаток на воздух, проблеми со крвниот притисок.

Група 4: Болки во грбот, болки во задниот дел на вратот, болки во мускулите.

Група 5: Проблеми со заспивање, Испрекинат сон, прерано будење

Група 6: Слабост во нозете, малаксаност.

Група 7: Несвестица, грозница.

Од клиничка перспектива, првите пет групи не е тешко психијатриски да се интерпретираат. Симптомите од групата 1 се однесуваат на ефекти кои ги предизвикуваат јаки стресори кои предизвикуваат психичка хиперакција. Групата 2 укажува на синдроми на психосоматски стрес. Групата 3 се однесуваат на симптомите кои се јавуваат при произведување на хормонот на стрес и активностите на автономниот нервен систем. Групата 4 се однесува на синдромите кои се препишуваат на изложеноста на стрес во подолг временски период и кои имаат врска со оптовареност на мускулите. Групата 5 се симптоми кои имаат врска со несоница и нарушување на сонот. Групите 6 и 7 се тешки за интерпретација.

Перманентната изложеност на мобинг значително ја загрозува здравствената состојба на жртвата. Генерално, здравствените проблеми и симптоми се делат на три групи:

1. Промени во психичката и емоционалната свера:

Депресија , анксиозност, кризи на плачење, чувство на деперсонализација, напади на паника, социјална изолација, емоционална отупеност

2. Промени на телесно здравствен план:

Главоболка, нарушено спиење, вртоглавица, проблеми со варењето, хипертензија, хипергликемија, проблеми со срце, кожни промени.

3. Промени во однесувањето:

Агресивност, пасивност, зголемено конзумирање на разни стимуланси, алкохол, цигари, лекови како и сексуални пореметувања.

Дијагнозата за состојбата на жртвите од мобинг во Светската здравствена организација е призната под името Пост-трауматско стресно пореметување (ПТСП).

Мобер

Под терминот мобер се подразбираат лица кои психолошки и морално (во некои статии за мобингот се спомнува и сексуално) малтретираат, злоставуваат и на сите можни начини се обидуваат да ја елиминираат жртвата за која мислат дека им смета.

Стручните лица во европските земји причината за мобинг ја пронашле во психопатологијата. Психолозите тврдат дека моберите се лица со пореметена личност. Тоа се лица помалку способни но моќни, без капацитет за љубов, игра, креативност, давање и делење, како и емпатија преме други лица.

Во земјите во транзиција во кои спаѓа и Македонија, мобингот често е последица од хаотичниот политички и економски амбиент. Моберот во тие земји е чедо на дивата транзиција - нов газда без деловна етика, за кој работниците претставуваат чист трошок.

Важно е да се разбере што ги мотивира насилниците да се однесуваат на таков начин. Најдени се три причини кои го поддржуваат мобинг однесувањето:

1. Работното опкружување ја поттикнува кавгата

2. "Отровна" мешавина на личности, вклучувајќи многу агресивни и нарцисоидни поединци, многу амбициозни кои се спремни да ги експлоатираат другите.

3. Работодавачите понудиле позитивен одговор на агресијата и го охрабруваат негативното однесување.

Последици од мобингот

Последиците од мобингот се многустрани, се чувствуваат во општеството, има лоши ефекти врз организацијата, а најдеструктивни се врз жртвите на мобинг процесите.

Ефекти на жртвата - за жртвата мобингот е високо деструктивен. Кај жртвата се јавуваат промени во психичката и емоционалната свера, промени на здравствен план од психосоматски заболувања па до хронични и

кардиоваскуларни заболувања, како и промени во однесувањето. Овие последици понекогаш се толку сериозни, што феноменот на мобингот мора да се гледа како напад на човечките права на жртвата. Понекогаш жртвите на мобинг имаат трагични судбини. На пример во Шведска е забележано дека 10% до 20% од годишните самоубиств се резултат на мобинг на работно место.

Психолозите предупредуваат дека во средина во која постојат мобинг процеси насочени кон еден вработен, последиците ги чувствуваат останатите работници. Дури и кога насилството не е насочено кон нив, принудени се да работат во непријателско опкружување, а нивните резултати опаѓаат под дејство на мобингот.

Овде се поставува прашање зошто жртвата не ја напушта организацијата? Но, како жртвата старее, способноста за пронаоѓање на нова работа опаѓа. Покрај тоа , оние кои развиле ПТСП се ретко помлади од 40 години. Губењето на работа може да резултира со неможност да се најде друга било каква работа.

Ефекти на организацијата – последиците од постоењето на мобинг по организацијата се огледат во зголемени трошоци за производство заради чести грешки при работа, зголемен број на боледувања, отсуство на мотивација кај вработените, лоша организациска клима..

Мобингот е непријател и на работодавецот, државата и на целокупниот економски систем. Мобингот раѓа трауматизиран, фрустриран, незадоволен работник кој неможе да има резултати какви што би сакал работодавецот и тука најмногу се гледа неговиот економски интерес да го спречи. Интересот на работодавецот е да има задоволен работник кој добро ќе ја работи својата работа, во интерес на работникот е продуктивноста да расте бидејќи тоа ќе ја зголеми неговата заработувачка, а интересот на државата е тој да биде здрав и задоволен, бидејќи таа ќе издвојува помалку средства за негово лечење и рехабилитација.

Како да се спречи мобингот и како да се бориме против него?

Кога се поставува прашање за тоа како да се бориме против мобингот, најважно е да се знае во која фаза е процесот. Во зависност од тоа дали мобингот треба да се спречи, да се стопира или да се рехабилитираат жртвите, постојат различни мерки.

Примарна превенција - целта е да се спречи појавата на нови патолошки случаи кои се причинети заради постоење на мобинг процес.

Во интерес на секој работодавец е да воспостви политика на превенција од ескалирање на конфликти во опасни состојби.

Затоа е потребно :

- Да се обезбеди добра работна атмосвера и да се прилагоди работниот амбиент

- Работното време да се усогласи со општите друштвени потреби и да не се продолжува "по потреба"

- Да се поддржува учеството на сите членови на колективот во дефинирање и остварување на работните цели

- Да се овозможи континуирана размена на информации во двата смера

- Континуирано усовршување и едукација на вработените

- Да се промовира деловна етика (работна култура) која дава предност на почитувањето на човечкото достоинство, а која го обесхрабрува секој вид на психичко насилство. Треба да се напомене дека фирмата нема да толерира никаков вид на непријателско однесување помеѓу колегите.

- Да се информираат и едуцираат сите вработени, од раководството до неквалификуваните работници за мобингот и неговите последици. Истражувањата покажале дека **постои значаен број на пасивни набљудувачи кои се свесни за неговото постоење, а не интервенираат. Тоа е групата вработени кои треба да биде анимирана превентивно да делува на стопирање на мобинг процесите.**

Најголема одговорност и обврска во примарната превенција имаат раководството и секторите за човечки ресурси. За да можат да делуваат превентивно, мораат да научат да го препознаваат развојот на мобинг процесот.

Вложувањето во примарната превенција има повеќекратна корист за претпријатието. Со смалувањето на боледувањата, смалување на број на грешки и незгоди при работа се зголемува ефективноста на работењето.

Секундарна превенција - мобинг процесот веќе започнал и треба да се превземат мерки за негово елиминирање.

Кога мобинг процесот ќе се развие, обврска на менаџерите би требало да биде да ја заштитат жртвата. Жигосувањето на жртвата мора да биде спречено за таа да може да ја задржи претходната репутација. Во оваа фаза важна улога можат да имаат стручни лица како советници, неутрални посредници кои ќе можат да понудат адекватно решение, психолози кои се вработени во претпријатието.

Терцијална превеција - кога последиците од мобингот се видливи и на жртвата и на целиот колектив.

Зборуваме за превенција иако веќе мобинг процесот е навлезен длабоко и последиците од него се видливи, затоа што во оваа фаза треба да се превземат одлучни акции со цел да се ублажат последиците од мобингот и да се спречи понатамошното ширење.

Кога ќе се утврди постоењето на мобингот, мора да се превземат мерки кои ќе и помогнат на жртвата што е можно побрзо воспоставување на психофизичкото здравје и да се поврати уништеното достоинство.

И во оваа фаза групите и тимовите на стручни лица можат да укажат стручна помош на жртвата. Бидејќи психичките последици од психолошкото злоставување во работната средина се се почеста причина за пациентите да бараат стручна помош, евидентно е дека е неопходно отварање на здруженија и советувалишта кои би пружале психолошка, медицинска и правна поддршка на жртвите од мобинг.

Актуелизирање на проблемот во Македонија

За разлика од од западноевропските земји и земјите од бившите ЈУ простори, во Македонија многу подоцна почна да се зборува за мобингот. Но сепак, охрабрувачки делува фактот што прашањето предизвика голем интерес. Активно учество во кампањите за подигање на свеста на вработените за проблемот на мобинг завземаат психолози, психијатри, правници, невладини организации, Сојузот на Синдикати на Македонија, Македонско мобинг здружение со седиште во Куманово, Центарот за пермакултура од Штип, Институтот за медицина на Трудот. СЗО Колаборативен центар Скопје ...

Во 2009г од страна на Сојузот на синдикатите на Македонија и Македонското мобинг здружение, направено е првото пилот - истражување со цел да се испита постоењето на мобинг во Македонија. Резултатите од истражувањето беа објавени во прирачникот "МОБИНГ – Психички притисок на работното место" од авторот дипл.психолог Јана Величковска, а презентирани на трибината на тема "Мобинг психички притисок на работното место" одржана во хотелот Континентал во Скопје во јуни 2009г. На истата трибина асистент д-р Драган Мијакоски вработен во Институтот на медицина на трудот, имаше излагање на тема Мобинг - ефекти на здравјето и квалитетот на животот , каде помеѓу другото ги презентираше резултатите добиени од анкетирање на две групи медицински сестри во Скопје и Штип . Резултатите од истражувањата говорат за висок процент на мобирани вработени.

Правна рамка за регулирање на мобингот

Интензивниот притисок на медиумите, синдикатите и невладините организации во развиените земји во Европа допринесе за донесување на законски регулативи за да проблемот на мобинг има правна рамка. Во Шведска, Франција, Белгија и Холандија се донесени специјални закони. Во останатите држави членки на ЕУ, не се донесени посебни закони , но имаат одредби со кои се предвидува обврска на законодавецот за обезбедување на адекватни услови за работа, заштита и сигурност на работниците на работните места.

Искуствата од високоразвиените земји во кои мобингот е опфатен со законска регулатива, говорат дека донесувањето на закон и адекватни санкции за прекршителите можат многу поволно да влијаат врз превенцијата и ублажувањето на последиците од мобингот.

Во македонското законодавство со членот 9-а од Законот за измените на Законот за работните односи (Сл.в. на Р.Македонија број 114/09), за првпат се дефинира мобингот како недозволено дејствие во работната средина.

Заклучок

Мобингот е девијантна појава во организациското однесување која има последици по психичкото и физичко здравје на вработениот, го нарушува нормалниот тек на неговиот живот и семејната хармонија. Ги нарушува квалитетот и продуктивноста на работата. Има правни, општествени, финансиски последици и штети на целокупната општествена заедница. Сето ова наметнува потреба на проблемот да му се посвети сериозно внимание и да се третира од сите негови аспекти. Промовирањето на проблемот на мобинг во Македонија предизвика голем интерес и покрена иницијативи за негово решавање. Актуелизирањето на проблемот преку организирање на трибини е само првиот чекор во справување со феноменот наречен мобинг.

Мобингот е комплексен проблем и наивно е да се размислува дека може сосема да се искорени. Тој е само последица од збир на многу негативни фактори со кои е опкружен човекот, почнувајќи од комплексноста на човековата личност, организациски фактори до социоекономско и политичко опкружување. Економската и политичката состојбата во Македонија се особено погодни за развој на негативни појави, вклучително и мобингот.

Од направените анализи за присутноста на мобинг процеси во македонските фирми, очигледно е дека постои и тоа во не баш занемарливи димензии. Меѓутоа, и покрај тоа што голем дел од вработените се наоѓаат под процес на мобинг , не се запознати со терминологијата и дијагностиката. Мобираните лица лутаат, во зависност од профилот на личноста се борат, се обидуваат од кризата да се извлечат самостојно како знаат и умеат, лутаат од лекар до лекар, психолог, социјален работник, до адвокат. Бидејќи психичките последици од психолошкото злоставување во работната средина се се почеста причина за пациентите да бараат стручна помош, евидентно е дека е неопходно најпрвин едуцирање на вработените по прашање на мобингот, а потоа и отварање на здруженија и советувалишта кои би пружале психолошка, медицинска и правна поддршка на жртвите од мобинг.

Следењето на искуствата на другите држави во борба против мобингот и препораките од надлежни меѓународни организации и институции, можат да бидат од голема корист во третирањето на проблемот во Македонија.

Summary

Mobbing is a specific form of behavior at workplace characterized by systematic psychological abuse or humiliation of a person performed by an individual or a group with a view of damaging his / her reputation, honor, human dignity and integrity until forcing him / her out of the workplace. The mobbing syndrome brings attention to fundamental socio-psychological significance of the workplace and potential adverse effects on mental, medical, social and economic status of an individual.Various mental and psychosomatic disturbances occur in persons subjected to the strain of mobbng.

Mobbing, as a social pathological phenomenon, considerably affects working atmosphere and productivity in organizations and hence it creates the need for strategic approach to developing a program of protection against mobbing and to organizing activities to improve conditions in a team. Actually, mobbing is not a type of conflict whose solution might make room for positive changes. On the contrary, it is an expression of negative energy arising from deliberate nonresolution of everyday conflicts and intentional maintenance of the atmosphere of lack of understanding. Communication in such atmosphere becomes hostile, immoral and unethic.

Mobbing may be prevented by systematic primary prevention, information, education, and training communication skills. It is necessary to train persons that manage work procces to recognize the first signs of mobbing, intervene early, and implement preventive measures. Insufficiently trained or inferior manageres mostly cannot differentiate between objective and unfounded

suspicions and accusations, and they contribute to the progress of mobbing by their efforts to get rid of the designated "wrangler" and "trouble-maker". Successful business activities cannot therefore be reduced to "order, work and discipline" or to carrot and stick policy, but should rather focus on refined and civil manners, emotional intelligence and an atmosphere for positive communication.

Keywords: *mobbing, mobbing activities, mobber, mobbing victim*

Литература

1. Величковска Јана, МОБИНГ - Психички притисок на работното место, Сојуз на синдикатите на Македонија, Скопје, 2009
2. Gary Namie, The challenge of Workplace Bulling, Employment Relations Today (Wiley), Summer, 2007, vol.34 Issue 2, p43-51,9p
3. Dieter Zapf, Claudia Gross, Conflict escalation and coping with workplace bulling: A replication and extension, Johann Wolfgang Goethe-Universitat, Frankfurt, Germany, European Journal of work and organizational psychology, 2001, 10(4), 497-522
4. Farman A.Moayed, Nancy Daraiseh, Richard Shell, Sam Salem, Workplace bullying: a systematic revew of risk factors and outcomes, Deprtmen of Mechanical, Industrial and Nuclear Engineering, University of Cincinnati, Cincinnati, OH 45221-0072, USA , Departmen of Civil and Environmental Engineering, University of Cincinnati, Cincinnati, OH 45221-0071, USA, Theoretical Issues in Ergonomics Science Vol.7, No.3, May-June 2006, 311-327
5. Lars Johan Hauge, Anders Skogstad, Stale Einarsen, Relationships between stressful work environments and bullying: Results of a large representative study, Department of Psychosocial Science, University of Bergen, Bergen, Norway; Work & Stress, Juli-September 2007; 21(3): 220-242
6. H.Leynann; The Mobbing Encyclopaedia; http:// www.leymann.se

334.722(497.7)

Елена НАУМОВСКА[1]

БИЗНИС ИНКУБАТОРИТЕ КАКО ДВИЖЕЧКА СИЛА НА ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО

Апстракт

Денес во светот има околу 4000 бизнис инкубатори, од кои само 800 се наоѓаат во Соединетите Американски Држави. Исто така има уште стотина нови, профитно ориентирани, како самостојни вложувања, или здружени вложувања, водени од менаџмент консултанти, сметководители, снабдувачи со капитал или големи компании како Microsoft, Cisco Systems, Nokia кои што доминираат во светот на висока технологија.

Какви се состојбите во Република Македонија во сферата на бизнис инкубаторите? Со функционирањето на ПСМ инкубаторот, Македонија се здоби со бизнис инкубатор во вистинска смисла на зборот. Со тоа се оди чекор понапред за развој на претприемништвото во земјата, намалување на вработеноста, но што е уште поважно подигнување на свеста на младите да размислуваат за самовработување. Ова е само првиот чекор во остварување напредок, како во локалната така и во економијата на целата земја. Убаво е кога може да се види дека младите во нашата земја имаат верба дека може да успеат тука, и не мораат да заминуваат далеку за да си ги остварат своите соништа. Но не треба да се запре тука, туку треба да се отворат вакви организации насекаде во земјата, било во рамките на ПСМ фондацијата, или во некоја друга.

Вовед

Реактивирањето на поимот претприемништво и давањето на позначајна улога на претприемништвото почнува во средината на седумдесетите години, со неповолните влијанија на т.н. Прв нафтен шок - енергетската (нафтената) криза. Дотогаш се форсирало производство во големи системи (фабрики), а тогаш се установило дека тие големи системи во состојбата на криза, неадекватно реагираат на настанатите проблеми.

[1] Наумовска Елена, магистрант на Факултетот за економски науки на ЕУРМ, вработена во Yes- Инкубатор.

Поаѓајки од изразот дека **големото е силно**, но и дека **малото е убаво**, при тоа не уништувајки ги големите и успешни фабрики, се форсираат малите и средни претпријатија со претпремнички начин на работа. Така големите и успешни фабрики со своите големи капацитети продолжуваат и понатамо со работењето, додека малите и средните претпријатија со својата флексибилност пополнуваат празнина која настанува поради неуспехот на одредени големи фабрики, а од друга страна отварат и нови подрачја за работењето. Со ваков начин на работењето малите и средни претпријатија во развиените земји постигнале огромни економски резултати и станале синоним за светско деловно однесување.

Претприемништвото во Република Македонија

Во услови во кои се наоѓа Македонија, со економија обременета од многу проблеми, на **претприемништвото** и на **малите и средни претпријатија** се гледа како на еден клучен фактор за постигнување на економската благосостојба, вработување и напредок.

Особено е важно младите луѓе да осознаат дека е многу важно да размислуваат претприемнички. Нивниот капитал е нивното знаење и желба да создадат свој бизнис. Но секако потребна им е помош. Еден од начините да им се помогне на младите претприемачи, од кои се очекува да ја подигнат економијата на земјата, е да се оформат повеќе бизнис инкубатори.

Што му е потребно на секој млад човек кој сака да направи свој сопствен бизнис? Канцеларија, компјутер (вклучувајќи и интернет се разбира), телефон, поддршка, мрежа на бизниси од тој сектор... Не звучи како голема инвестиција, но кога ќе се изработи бизнис планот не е се така едноставно. Месечните сметки, секој месец се сè поголеми, контактите тешко се добиваат, а најлошо од се е што младиот човек ќе се почувствува како да е сам на овој свет и дека нема со кого да ги сподели истите проблеми. Сите сонуваат еден ден да станат успешни бизнисмени со компании како Google, но нема да го достигнат тоа доколку сами не се обидат. Многу е полесно да се биде вработен во некоја компанија, но што станува кога човек ќе се сврти назад после половина работен век? Зарем целиот живот треба да се помине во канцеларија чекајќи ја месечната плата? Се разбира многу е потешко да се има сопствен бизнис, но задоволството дека тоа е своја креација е неизмерно. Најчесто мал бизнис се започнува со помош на неформални извори на финансирање, во кои влегуваат сопствените заштеди на претприемачите и заемите од семејствата, од роднините и пријателите, односно т.н. 3F пари (т.е. пари на основачите-founder, на фамилијата- family и на пријателите-friends), како и парите што доаѓаат од

неформалниот ризичен капитал т.е. бизнис ангелите.[2] За жал кај нас бизнис ангелите сè уште не се појавуваат, но и за ваквите start up бизниси има решение. Следејќи ги светските трендови, еден од најактуелните начини за помош во отворање нов бизнис е бизнис инкубатор. Како што кажува и самото име, Претприемачки сервис за млади, тоа се организации за поддршка на бизниси кои се во својот зачеток и остануваат во него се додека бизнисот не зајакне и не „прооди " сам, за да биде способен да се соочи со суровиот пазар.

Почетоци на претприемничката идеја

Во 1959 година, наследникот на успешен фамилијарен бизнис, Charles Manusco & Son, купил уште една зграда, во синџирот недвижности. Мануско поседувале широк спектар на бизниси во западен Њујорк, каде постојано се зголемувале нивните недвижности и инвестиции. Нивното последно вложување било во повеќекатна структура од 850000 м². Зградата датирала од 1882 година и служела за производство на комбајни. Заедно со зградата следувале и 30 акри земја. Зградата не била во функција неколку години, и најголем дел од нејзиниот масивен покрив требало да се замени. Џозеф Мануско, член на фамилијата, се пријавил да ја води зградата, при што брзо сфатил дека зградата е невозможно да се издаде на само еден „станар" . Тој се решил на револуционерна стратегија: да ја подели зградата на делови и да ја издава на мали делови, надевајќи се дека ќе најде толку станари, за да ја направи зградата профитабилна. На крајот од годината веќе имал голем број станари, зафаќајќи 90000 м². Тоа не било некој огромен успех, но сепак зградата почнала да ги исплаќа своите долгови.

Мануско, кој прв го употребил зборот инкубатор, во смисла на бизнис инкубатор, случајно наишол на тоа. Всушност, еден од неговите станари навистина инкубирал кокошки. По неговото доаѓање во зградата, Мануско секогаш се шегувал дека инкубира кокошки, при прашањето што прави со неговата зграда. Наскоро, неговите вложувања биле познати како бизнис инкубатор.

Денес, тој бизнис е познат како Индустриски центар Батавиа, со околу 1000 луѓе кои работат во зградата. Некои од најраните станари се сè уште присутни таму, а нивната филозофија е се додека продолжува со поддршка на start up бизниси, секој може да изнајми простор и да остане во него колку му е потребно.

[2] Т.Фити, В.Хаџи Василева-Маркосвска, М. Бејтмен „Претприемништво", Скопје: Економски факултет, 2007

Како функционираат бизнис инкубаторите?

Во најголем број на случаи, концептот на функционирање на бизнис инкубаторот не е само изнајмување на канцеларии на станарите, сопственици на мали бизниси. Белегот на секој бизнис инкубатор треба да биде вредноста која ја дава на станарите, во смисла на зацврстување на нивните бизнис вештини, пристап до голем број услуги, подобрена околина за водење на бизнисот, можности за поврзување на бизнисот со други слични бизниси и сл. Се со цел да се поддржи малиот бизнис во фазата на растот, зголемувајќи ги шансите за преживување и развој на бизнисот, споредено со други бизниси надвор од инкубаторот.

Генерално, бизнис инкубаторите функционираат преку врски со стеикхолдери, вклучувајќи и спонзори од локалната бизнис заедница, владата или странска заедница, вложувачи на ризичен капитал, претприемачи, како и професионални инкубатор менаџери. Сите овие луѓе заедно ги мешаат нивните таленти, за да произведат стабилни бизниси, зголемен приход, зголемен број на работни места и економски развој за локалната заедница, а каде е можно и враќање на инвестициите на стеикхолдерите.

Успешното водење на бизнис инкубаторот има свои критични точки:

- Широк спектар на поддржувачи на бизнисот: најголем број од инкубаторите за мали бизниси се потпираат на различен степен на поддршка (финанасиска или не-финансиска) од различни спонзори како локалната и државната влада, различни организации за регионален развој и сл.
- Барањето на претприемачите во раната фаза на развој на бизнисот:
  инкубаторите треба да им излезат во пресрет на претприемачите кои сакаат да го подобрат можностите за преживување и раст во раната фаза на нивните бизниси. Ефективен инкубатор треба да одржува соодветен број на фирми станари, односно постојано да се заменуваат фирмите кои што излегуваат од инкубаторот, со нови кои влегуваат. Постојана понуда на подигнувачки бизниси е есенцијална за долгорочната оддржливост на било кој бизнис инкубатор.
- Провизија од издавање на канцеларии и од услуги на фирмите станари:
  додека видот на канцеларииите се разликува од инкубатор до инкубатор, сите инкубатори треба да изнајдат начин за „одгледување“ на бизнисите и да ги зголемат шансите за развој на истите, повеќе отколку тоа да се сведе само на пасивно издавање на канцеларии. Не сите инкубатори нудат потполни

услуги на станарите. Канцелариите и работниот простор треба да бидат соодветни на потребите на бизнисот

- Ефективен менаџмент на инкубаторот:
  улогата на менаџментот е круцијална во обезбедувањето на локалната поддршка и спонзорства, привлекувајќи и проценувајќи перспективни бизниси, помош при развојот на постоечките бизниси и олеснување на транзицијата на бизнисите кои излегуваат од инкубаторот.
- Постојано производство на излезни бизниси: долгорочниот успех на инкубаторот се огледа во неговата способност да промовира и развива успешни излезни бизниси. Секоја програма на инкубаторот треба да балансира меѓу потребите за постојано да го одржува инкубаторот полн наспроти долгорочните потреби на станарите и излезните фирми.
- Влијание врз заедницата и економијата:
  инкубаторот мора да остварува резултати какви што очекуваат стеикхолдерите од него. Ова може да се однесува на отворање на нови работни места, може да биде вредно искуство за студентите како и можност за профитабилна инвестиција за снабдувачите на капитал.

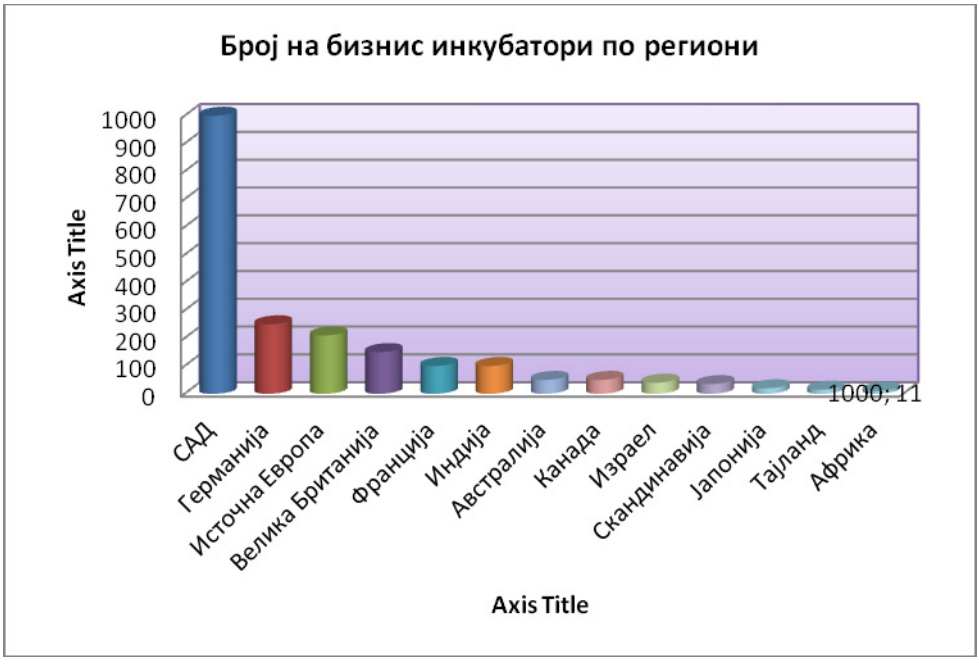
Зошто има потреба од инкубатори?

Денес во светот има околу 4000 бизнис инкубатори, од кои само 800 се наоѓаат во Соединетите Американски Држави. Исто така има уште стотина нови, профитно ориентирани, како самостојни вложувања, или здружени вложувања, водени од менаџмент консултанти, сметководители, снабдувачи со капитал или големи компании како Microsoft, Cisco Systems, Nokia кои што доминираат во светот на висока технологија. Бројката на инкубатори рапидно се зголемуваше со шест инкубатори месечно, во периодот од јануари до август 1999 година. По септември 1999 година растот се зголеми на 25 инкубатори месечно, се до декември 2000. Ако на овие бројки се додадат и инкубаторите во светот (80 во Русија, 600 во Западна Европа, 210 во Источна Европа, 50 во Австралија, 200 во Кина, 100 во Индија) лесно ќе се стигне до бројката 4000 инкубатори во светот.

Слика 1. Раст на индустријата со бизнис инкубатори во светот



Извор: Barrow C., Incubators, John Wiley & sons Ltd., 2001, стр.8



Извор: Barrow C., Incubators, John Wiley & sons Ltd., 2001, стр.8

Во периодот по Втората Светска војна, најголем број мали фирми беа запоставувани од економиите на земјите во кои функционираа. Во Велика Британија во 1971 година, во извештајот нарачан од Владата за истражување на состојбата на малите фирми, се покажа дека овој сектор страда од недостиг на капитал и искусен менаџмент, но се до студијата на професорот Дејвид Бирч, никој не сфати колку всушност се важни малите, нови фирми за економијата на една земја. Во оваа студија на Бирч исто така беше потенцирана слабоста и кршливоста на малите претпријатија. Тој проценил дека околу 8 милиони компании се затвараат секоја година во САД , што значи дека секои пет до шест години треба да се заменува половина од целата економија на САД.

Од овие, и други студии произлезе изобилство на поддршка од страна на Владите за „одгледување“ и заштита на малите фирми во нивните почетни години.

Исто така и приватниот сектор може од оваа иницијатива да има добри можности за профит од нив. Бизнис инкубаторите може да се сметаат како иницијатива со низа мерки дизајнирани за да го обезбедат патот на новите компании во светот на бизнисот.

Видови на инкубатори

Економската наука и практика познава повеќе класификации на инкубаторите. Во следниот дел ќе бидат претставени неколку модели.

Типови на инкубатори според Мидленд банка:

1. Технополис: Доколку инкубаторот се наоѓа во рамките на технополис, тогаш тој претставува составен дел образовни и истражувачки институции и други организации, во чиј интерес е регионалниот развој.
2. Инкубатори во одреден сектор: со цел да ги искористат локалните ресурси за развој на нови бизниси во тој сектор, а со тоа да станат центар на локалниот развој.
3. Општи инкубатори: овие опфаќаат широк спектар на бизниси, без некоја специјализација, иако често стават акцент на иновацијата.
4. Градење на бизниси: насочени кон создавање на бизниси преку градење на соодветни менаџмент тимови за да искористат одредени комерцијални можности, како и обид да изберат победници и а потоа да ги одгледуваат.

Друга студија (PricewaterhouseCoopers 1999) дојде до сосема различна категоризација на инкубаторите:

1. Самостојни: Самостоен инкубатор и во сопственоста и во начинот на водење, кој што не претставува посебна деловна единица од некој поголем ентитет.

2. Инвестициони: тоа е инкубатор кој функционира како дел од некоја бизнис заедница со поголеми размери, како технолошки парк, организација за регионален развој или бизнис деловен центар.
3. Мрежни: инкубатор кој што функционира во неформална соработка со други инкубатори, било под заедничка сопствен или заеднички менаџмент, или пак преку заедничка провизија од услугите и поделбата на информациите.
4. Виртуелни: инкубатор кој што овозможува реална поддршка и услуги на клиентите преку мрежа на комуникации од подалечна локација. Карактеристично за овој вид на инкубатор е тоа што клиентите (станарите) се дисперзирани на поголема географска локација, а можеби дури се наоѓаат и на различни континенти.

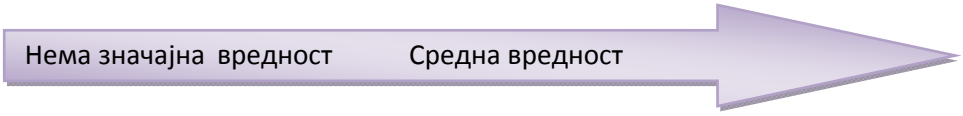
Инкубаторите според Campbell од 1985 година се класифицирани на:

1. Индустриски инкубатори: овие инкубатори се спонзорирани од невладини и непрофитни организации. Нивната цел е да креираат што е можно поголем број на работни места, како резултат на зголемената невработеност во тој регион. Индустриските инкубатори најчесто се наоѓаат во реновирани фабрики, складишта, школи, канцелариски простории и слични неупотребливи и напуштени имоти.
2. Универзитетски инкубатори: овие инкубатори служат за да ја комерцијализираат науката, технологијата и интелектуалната сопственост кои произлегуваат од универзитетските истражувања. Универзитетските инкубатори им нудат на компаниите пристап до лаборатории, компјутери, библиотеки, како и експертиза и помош од факултетите и студентите. Некои од нив се директно спонзорирани од студентите, но најчесто се во партнерство вклучувајќи и други заинтересирани страни.
3. Профитно ориентирани инкубатори: овие инкубатори располагаат со канцеларии, простор за производство и нудат услуги на своите клиенти-станари, но со процент заработувачка за самиот инкубатор.
4. Профитно инвестициони инкубатори: многу често институциите на ризичен капитал и бизнис ангелите имаат повеќе фирми во своето портфолио на една локација. Ова овозможува тие да креираат синергија (здружување) меѓу овие фирми, наместо застарените конгломерати кои имаат ограничен успех.
5. Инкубатори на инвеститори на ризичен капитал: овие се најбрзо растечките и најуспешните инкубатори. Поголеми фирми превземаат

помали фирми, нудејќи им пари, средства и експертиза, па дури и продажни ресурси, во замена за удел во нивната фирма.

Табела 1: Главни и споредни цели на инкубаторите:

	Профитно ориентирани инкубатори	**Непрофитни инкубатори**	**Универзитетски инкубатори**	**Профитни инвестициони инкубатори**	**Инкубатори на инвеститори на ризичен капитал**
Главни цели	Фокус на имотот Максимизација на зафатеноста на просториите Продажба на услуги на станарите	Креирање на работни места Развој на претприемништвото Диверзифицирање на економијата	Соработка меѓу факултетите и индустријата Комерцијализација на истражувањата на универзитетот	Создавање на значителна капитална добивка, во кратко време	Пласирање на поврзани пазари брзо и евтино
Споредни цели	Креирање на можности за инвестирања за поседување на повеќе недвижности	Остварување на постојан приход до точка на самостојност Искористување на празниот простор	Истражување на можности за инвестирање Создавање на благонаклоност кај населението	Развој на синергија во инвестиционото портфолио	Создавање на претприемачки можности кај станарите Заработување



Асоцијација на инкубатори (NBIA)

Заедно со развојот на инкубаторите, се создале бројни трговски асоцијации. Националната асоцијација на бизнис инкубатори (National Business Incubation Association, NBIA) е најстарата асоцијација на инкубатори. Формирана е во 1985 година од страна на индустриски лидери, со околу 40 членови во првата година од нејзиното формирање, до 1130 членови во 2001 година. Таа е прво составена од развивачи на инкубатори и менаџери, но исто така добар дел ја сочинуваат специјалисти за

комерцијализација на технологија, луѓе од образованието и луѓе од бизнис заедницата. Нивната мисија е да обезбедат тренинг како и клириншка куќа за информации од инкубатор менаџментот, алатки за помош на start up и неразвиени бизниси.

Активности на NBIA (National Business Incubation Association)

NBIA нуди професионални активности за развој и специјализиран тренинг за да им помогнат на бизнис - асистентите да создаваат и ефективно да управуваат со инкубациски програми. Активностите на заедницата се во насока на подигнување на свеста на јавноста за да ги едуцира претприемачите, лидерите на јавните сектори, корпорации и инвеститори за придобивките од бизнис инкубацијата. Исто така таа спроведува истражувања, составува статистики, објавува дела за подобри пристапи кон развој и управување на менаџмент програмите за инкубирање, како и наоѓање на релевантни правни иницијативи.

Кој припаѓа во NBIA (National Business Incubation Association)?

- Инкубацискиот менаџмент, извршни директори како и персоналот
- Развивачи и истражувачи на инкубатори
- Професионални бизнис асистенти
- Професионалци во областа на економски развој
- Универзитетски истражувачи
- Корпоративни партнери на здружен капитал
- Индустриски консултанти
- Инвеститори во ризичен капитал
- Образовни институции
- Луѓе кои ја истражуваат изводливоста на бизнис инкубаторите во нивната заедница
- Секој кој е заинтересиран за бизнис инкубацијата

Што имаат инкубаторите навистина да понудат?

Инкубаторите може да бидат од различни видови. Најголем дел од нив вклучуваат целосно опремени канцеларии, со мебел и друга опрема, вклучувајќи и конференциска сала со кирија под пазарната. Исто така

најголем дел од нив додаваат и менаџмент консултации, како планирање, сметководство, маркетинг и финансии, како и можности за matchmaking и партнерство.

Постојат дилеми во однос на тоа што треба да прави персоналот на инкубаторот, а што треба да прават самите претприемачи. Се поаѓа да ставот дека одреден вид на помош е од непроценлива вредност, додека премногу помош е контрапродуктивна. Едно решение би било сметководството, правните совети, одредена дизајнерска работа, како и технолошка основа треба да се на товар на инкубаторот. Се разбира тука би спаѓал и канцеларискиот простор. Но кога станува збор за развој на производи, продажба, маркетинг и други есенцијални функции, тоа треба да биде препуштено на самата компанија.

Друг став е дека услугите на инкубаторот се поделени во два дела: менаџмент со недвижности и менаџмент на услуги. Услуги им се даваат на сите компании станари, како и учење на другите што навистина значи ефективна стратегија за развој на претпријатие (вклучувајќи ги и другите инкубатори, општините, универзитетите, владата и други бизнис старт ап центри). Не е точно определело како е распореден персоналот во самиот инкубатор. Но сепак груба проценка е дека се поделени во три групи: административен, обезбедување, како и персонал задолжен за одржување на канцелариите.

Работни простории и канцеларии на компаниите во подем

Сите млади компании се соочуваат со истиот проблем: како да најдат евтин простор за нивниот бизнис, на конкурентниот пазар на недвижностите. Еден од најголемите трошоци, пропорционално со големината на бизнисот е киријата за деловен простор. Доколку немаат сопствен простор (а сопственикот на нова компанија ретко поседува) претставува проблем да се најде простор, кој ќе одговара целосно на профилот на бизнисот, ќе има добра локација и ниски трошоци. Ова креира проблем како и за самите издавачи на простор, така и за перспективните нови станари. Индустријата со недвижности користи едноставно правило, со цел да се избегне ризикот од изнајмување на деловен простор, за кој ќе има проблеми да ја исплаќа киријата. Прифатлив е оној ризик за кој фирмата остварува профит три пати поголем од годишната кирија. Особено новите компании се соочуваат со овој проблем, затоа што во првата година тие може и воопшто да не остваруваат профит. Токму поради овој факт, издавачите на простор се многу внимателни кон овие компании и тешко прифаќаат да им издадат простор. За фирма која ни самата не знае каде ќе се наоѓа во наредните месеци, тешко е да потпише неколку годишен договор за изнајмување на

простор. Затоа во светот се повеќе нови фирми влетуваат во рацете на инкубаторите. Со исклучок на виртуелните инкубатори, најголем дел од нив обезбедуваат некаков вид на канцелариски простор. Но некои од нив нудат и повеќе од само простории. Дури и зад името на прочуени инкубатори за висока технологија може да се крие само обичен издавач на простор.

Критериуми како да се изберат канцеларии во инкубатор?

При изборот на канцеларии треба да се биде многу внимателен, затоа што лошиот канцелариски простор може да придонесе поголема загуба, иако тој инкубатор има добар финансиски модел, добар менаџмент како и добри услуги. Затоа изборот на канцелариите во инкубаторот не треба да се потцени.

PricewaterhouseCooper наведува листа на клучни фактори кои треба да се земат во предвид при изборот на адекватен инкубациски простор:

- Локација и пристап: инкубаторот треба да биде сместен на локација која е соодветна на бизнисите. Треба да има добар пристап, соодветен паркинг за самите станари, нивните клиенти и добавувачи.
- Големина: инкубаторот треба да биде флексибилен за да се адаптира на промените на потребите на станарите како што тие растат. Бидејќи нема пропорционална врска помеѓу големината на инкубаторот и неговата успешност, оние инкубатори кои имаат капацитет да спроведат соодветна услуга и простор, имаат повеќе шанси да се издигнат на повисоко ниво и да бидат успешни.
- Одржување: многу фирми не бараат првокласни простории за нивниот бизнис, но сепак репрезентативноста и одржувањето на просториите мора да биде соодветно на потребите на бизнисите станари. Канцеларија која е слабо одржувана или има потреба од реновирање носи голем товар врз трошоците на инкубаторот.
- Флексибилност: способност за флексибилно одржување и преструктуирање на планот за работен простор на станарите, како што нивните бизниси се менуваат и растат е диференцијална предност.

Консултантите заклучуваат: најдобро за инкубаторите е да ги лоцираат своите простории на локација која ќе ги задоволи потребите на станарите. Ова може да звучи излитено, но кога ќе се увиди дека најголем број од инкубаторите се лоцирани во напуштени простории, перспективните корисници на вакви простории ќе се запрашаат зошто тие простории навистина се напуштени. [3]

[3] Colin Barrow, "Incubators"

Conclusion

Today, there are nearly 4000 business incubators, 800 of which are in the USA only. Likewise, there are hundreds new, profit-orientated, either independent or joint ventures led by management consultants, accountants, equity suppliers, or large companies, such as Microsoft, Cisco Systems, Nokia, which are high-tech leaders on a worldwide plane.

What is the situation like in the area of business incubators in the Republic of Macedonia? The setting up of the PSM incubator, Macedonia acquired a fully functioning business incubator. This meant a step forward in the development of the country's entrepreneurship, reducing unemployment, and more importantly, raising consciousness among the youth about self-employment. This is merely the initial step in making progress, both in the local economy as well as in the economy of the country as a whole. It is good to see our youth believing that one can become successful in one's home country, and that going abroad to fulfill one's dream is not a must. However, we do not stop here; such organizations should be founded all over the country, either within the PSM foundation or other of the similar sort.

Литература

1. Таки Фити, Верица Хаџи Василева-Марковска, Милфорд Бејтмен, „Претприемништво“, 2007
2. Colin Barrow, „Incubators“
3. YES Final report, 2004
4. Internet

Европа:

ПОЛИТИЧКИ, ПРАВЕН И БЕЗБЕДНОСЕН ПРЕДИЗВИК

351.759.5(497.7)

Проф. д-р **Стојан КУЗЕВ**

БЕЗБЕДНОСТА, ПРИВАТНАТА БЕЗБЕДНОСТ И ДЕТЕКТИВСКАТА ДЕЈНОСТ

Апстракт

Безбедноста како поим, во денешните современи услови е мошне користен поим. Во теоријата постојат бројни дефиниции за тоа што претставува безбедноста, а бројни се и видовите, односно поделбите на безбедноста. Веќе се вообичаени поделбите на безбедноста на надворешна и внатрешна безбедност. Често користена поделба е и онаа, според која, безбедноста се дели на национална (државна), колективна, меѓународна, кооперативна и т.н. Можеби најтрадиционална е онаа поделба, според која, безбедноста се дели на државна и јавна безбедност. Со понов датум, барем во македонски услови, се повеќе се користи и поимот приватна безбедност. Таа, секако е дел од вкупната безбедност на државите, но одговорни за неа или подобро речено нејзини носители се приватни субјекти во истата таа држава. Иако приватната безбедност во рамките на вкупната безбедност сè уште зафаќа само мало и специфично „парче", сепак со текот на времето се повеќе добива на значење и се повеќе е во експанзија. Со трансформацијата на општествената и државната сопственост, доминантен облик на сопственоста станува приватната, па оттука и грижата за безбедност на приватната сопственост, но и за многу други специфични прашања и проблеми на граѓаните по прашањето на безбедноста, стануваат предмет и содржина токму на приватната безбедност. Токму затоа, приватната безбедност не запира тука, туку има и своја внатрешна структура односно поделба. Еден од нејзините елементи е детективската дејност. Токму релациите и односите помеѓу безбедноста, приватната безбедност и детективската дејност се предмет и содржина на овој теориски труд.

***Клучни зборови**: Безбедност, приватна безбедност, детективска дејност, полициска дејност*

Вовед

Безбедноста сфатена во најширока смисла на зборот ја подразбира вкупната безбедност на државите, при што во неа се вклучени надворешната

и внатрешната безбедност. За остварување на на вака сфатената безбедност, во рамките на државите се основаат посебни, институционализирани државни носители, кои согласно на Уставот и законите имаат строго утврдени надлежности (војска, полиција и др.).

Кога е во прашање пак внатрешната безбедност, во определен општествено историски развој работите ги извршуваа исклучиво државни субјекти, но со текот на времето, дел од безбедносните работи ги извршуваат и други приватни субјекти. Тоа се работите кои најчести се однесуваат на обезбедувањето на имоти и лица и работи кои согласно на националните законски регулативи припаѓаат на детективската дејност.

Општоразгледување за безбедноста, приватната безбедност и детективската дејност

1. Безбедноста и нејзините односи со приватната безбедност

Низ различните фази на развојот на човекот, општеството и државата биле преземени и се преземаат различни мерки за постигнување на поголема безбедност и заштита на нивните витални интереси и вредности. Содржината на поимот безбедност не е лесно да се определи, особено што има повеќе значења во теоријата, законодавството и секојдневната практика. Во теоријата се присутни размислувања кои безбедноста ја определуваат како функцијата, состојба или организација, со тоа што нашето позитивно законодавство не го дефинира поимот безбедноста, туку со соодветните законски прописи се дефинираат безбедносните работи. За вршење на безбедносните работи се утврдени и соодветни органи, агенции, служби, поради што безбедноста може да се сфати како организација, бидејќи државите, со цел да се заштитат одредени средства и интереси, организира извршување на безбедносните работи. Од политичко-правно гледиште, безбедноста се подразбрана како општествена стварност, која е определена од условите во државата и претставува основен облик на заштита на општеството од сите облици на закани.

Според едно сваќање поимот на безбедноста ги опфаќа правното уредување и обезбедување на општествените односи, воспоставувањето, одржувањето и унапредувањето на состојбите во државата, што овозможува ефикасна заштита на државата и на граѓаните кои живеат во неа од сите надворешни и внатрешни противправни дејства (активности), со кои се загрозува уставниот поредок, работата на органите на држава, извршување на економските и социјални активности и остварувањето на слободите, правата и обврските на граѓаните. Интересно е и сваќањето според кое безбедноста како функција е нераскинлив атрибут на државата и подразбира

безбедносни работи заради заштитата на одредени вредности, без оглед на општественото уредување, политички систем или обликот на власта.

Суштината на безбедносен систем е во тоа што општеството преку него остварува одределена цел, која првенствено се состои во заштитата на сопствениот опстанок и прогресивен развој во согласност со можностите, со тоа што функцијата на безбедноста во современите држави денес е многу поширока, бидејќи дејноста на органите на безбедност подразбира и одредена работи на општествените субјекти чие извршување не е примарна безбедносна задача. Во зависност од прифаќањето на одредени ставови во однос на поимовното значење на безбедноста, е можно опредлување на безбедноста во потесна смисла, како што се: јавна, државна, национална, колективна, меѓународна, надворешената, внатрешна, и во последниве години приватна безбедност. Факт е дека безбедноста е атрибут на државата, што до сега беше апсолутно прифатливо, но со појавата на приватната безбедност се појавија приватни безбедносни субјекти, кои не се државни, туку имаат приватен карактер. За разлика од државните органи, кои се одговорни за безбедносните прашања и се ангажираат на превентивен и репресивен план во доменот на заштитата на државата и општеството од сите облици на закани, во доменот на приватната безбедност се појавуваат безбедносни субјекти, кои, во рамките на нивните овластувања, се спротивставуваат на различни форми на закани на лицата, претпријатијата и другите правни субјекти, со што се придонесува за ефикасна заштита на овие вредности.

Кога се зборува за односот меѓу безбедноста и приватната безбедност треба да се потенцира фактот, дека, карактеристична област на делување на приватната безбедност е токму во доменот на обезбедување на лица, имот и работењето на претпријатијата и други правни лица, а се манифестира и преку детективската работа. Имајќи ја предвид нејзината содржина и значење, приватната безбедност може да се дефинира како потсистем на безбедносниот систем.

2. Приватната безбедност и нејзиниот однос со полициската дејност

Како што е претходно истакнато, најважните области на манифестирање на приватната безбедност се обезбедувањето на лицата, имотот и работењето на претпријатија и другите правни лица, и детективските работи, чија основа на делување се договорите за работа склучени помеѓу лица кои ги вршат наведените работи и нарачателот на работата (клиентот). За појавата на приватното обезбедување во овие области, посебно значење имаат законите за општествена самозаштита кои во седумдесеттите и осумдесеттите години на минатиот век, ги донесоа сите

републики на поранешна Југославија, со кои се регулираше дека за спроведување на мерките за физичко-техничко обезбедување можат да се користат услугите на организации кои се регистрирани за вршење на задачите на физичко-техничко обезбедување на објекти. Овие закони се основа за влез на приватни безбедносни организации во областа на обезбедување на лица, имот и работењето на претпријатијата и други правни

лица. Врз нивна основа практично се развива приватната безбедност, иако правната регулатива за нивното постоење престана да со важност на почетокот на деведесеттите години на минатиот век. Со општата приватизација во општеството практично се забрза и со приватизацијата на едно важно подрачје на безбедноста, т.н. индустриска безбедност, а во пораст се и комерцијално безбедносните услуги, иако истото не беше следено со соодветните стандарди. Од една страна, имаше регистрирано фирми и агенции за извршување на работи за физичко-техничко обезбедување и за вршење на одредени детективски работи и сето тоа врз основа на склучени договори, а од друга страна, тоа се правеше без изработени стандарди кои неопходно треба да ги следат наведените дејности.

Заради споредба, треба да се напомене дека во западните држави сите претпријатија се приватни или државни, па и реакциите на загрозувањата на безбедноста на овие компании, неминовно се дели на приватна, т.е. преку приватни претпријатија за извршување на обезбедувањето, и на државна, односно преку полицијата, со тоа што ваквата начелна поделба не го исклучува мешањето на овие две форми. Во поголемите западни држави, законодавството кое се однесува на приватната безбедност воглавно е воведено по 1990 година, со исклучок на Италија и Шведска кои оваа област законски претходно ја имаат регулирано. Тука, треба да се напомене дека досега имало многу обиди да се дефинира поимот на приватна безбедност, но до сега, сеуште не е постигнат консензус за тоа. Многу работи се стават во исклучива надлежност на приватната безбедност (обезбедување на лица и имот, портирска служба, техничка заштита, контрола на пристап до објекти и податоци, контрола на однесување во објектот, заштита на класифицирани информации, и др.), но во некои странски држави, како на пр. во Канада, во рамките на приватната безбедност се подведуваат и некои работи кои, на одреден начин, се поврзани со полициските работи, како на пр. истражување на измами и сомнителни бизнис трансакции, заштита на сложени операции, превенција на криминалот против корпорации и внатрешни истраги (корпоративна безбедност), и други разни служби за безбедносни услуги. Разликата меѓу приватниот и полицискиот сектор за безбедност е конфузна во терминолошка смисла, затоа што во рамките на приватната безбедност се користат термини како владеење на правото и законитоста, патролирање и превенција на криминалот, кои обично асоцираат на полициски работи. Тоа може да биде така делумно затоа што не постои друга терминологија, а

делумно поради тоа што вработените и менаџерите во приватната безбедност често се поранешни полициски работници кои недоволно прават разлика помеѓу сегашните и поранешните работи.[1]

Во некои западни држави се забележува појава на трансфер на некои безбедносни функции на приватниот сектор, кои претходно ги остварувале претставници на јавниот сектор, односно претставници на полицијата, а исто така, доаѓа и до завидно ниво на соработка помеѓу субјектите на приватната безбедност и припадниците на полицијата. Ваквата соработка, во последниве години, е се поприсутна и поразновидна. Во овој контекст, треба да се истакне фактот, дека, приватната безбедност настојува да се заштитат правата и правните интереси на нивните клиенти, со цел да се постигне повисоко ниво на безбедност, од една страна, како и спроведување на работите утврдени со договорот, од друга страна.

Односот на приватниот сектор за безбедност и полицијата може да се види и по бројот на вработени припадници, при што може да се констатира дека приватниот безбедносен сектор постојано се зголемува во последните три децении во државите на Европската унија, така што речиси ја достигнува бројката на полицијата, а во некои држави дека тој број е поголем од бројот на полициските сили. Оваа констатација може да се однесува и на Република Македонија, со оглед на намалувањето на бројот на полицајци и постојаниот раст на припадниците на приватниот безбедносен сектор, на што посебно во прилог оди приватизацијата на општествениот имот и на државниот капитал. Заради илустрација треба да се истакне дека во САД бројот на вработените во приватниот безбедносен сектор уште во 1980 година го има надминато вкупниот број на полицајци, а веќе во 1996 го има постигнато бројот од 1,5 милион вработени. Исто така, интересен е податокот кој се добива со споредување на бројот на припадници на приватниот безбедносен сектор на 100.000 жители: Шведска - 184, Литванија - 75, Луксембург - 201, додека бројот на службеници во приватниот безбедносен сектор во Велика Британија е дури 333.631, односно 273 офицери на 100.000 жители.

Во контекст на претходното разгледување за бројот на вработените во приватниот безбедносен сектор, прцизни податоци за Република Македонија, неможат да се изнесат. Доколку се направи некој обид на овој план, податоците кои ќе се изнесат исклучиво ќе се однесуваат на бројот на вработените во агенциите за обезбедување на лица и имот. Континуитетот што заштитата на имоти и лица го имаше во законската рагулатива и практика на поранешната општествена самозаштита, со сигурност влијаеше за трансформација на заштитата на лица и имот во приватниот безбедносен сектор. Потврда за тоа е Каталогот на агенции за обезбедување што го има

[1] Murray, T., Kim, E., Police and Private Security, What the Future Holds (Charter Introduction the policy issues), Canadian Association of chiefs of Police, Otava, Ontario, Canada, 2000.

издадено Комората на Република Македонија за обезбедување на лица и имот за 2009 година, во кој се претставени 31 агенција за обезбедување кои согласно на Закон ги нудат условите за услугата обезбедување. Имено, во Република Македонија се регистрирани голем број на правни субјекти кои започнале со вршење на оваа дејност (но ги има и такви кои тоа сеуште не го прават легално), но само дел од нив се достојни да го понесат епитетот дека се оспособени за професионално обезбедување. Бројот на вработените во овие агенции се движи од 10-тина, па до над 200 вработени, од кои околу половината се со легитимација за обезбедување.[*]

За жал за состојбата со детективската дејност во Република Македонија, неможат да се изнесат позитивни оценки како за обезбедувањето на лица и имот. Имено, голем исчекор е направен во законското и подзаконскот регулирање на детективската област, меѓутоа, за практичен раст на дејноста неможе да стане збор. Интерсот за добивање на лиценца за вршење на детективската дејност е минимален, а бројот на издадените лиценци е уште помал. Ако се знае дека лиценцата е основа за подоцнежниот упис во трговскиот регистер и добивањето на легитимација за вршењето на детективската дејност, оценката за развиеноста, а со тоа и на бројот на вработените кои вршат детективската дејност се наметнува сам по себе. Тој е неповолен. Оттука, е потребно да се побараат причините за ваквата состојба, се разбира доколку се сака тие да се променат на подобро, а со тоа и Република Македонија да го следи растот на оваа дејност кој го имаат другите држави. Како можни причини за ваквата состојба веројтно има повеќе, но како индикативни можат да се наведат следните: сложените и недоволно дефинирани услови за добивање на лиценца, индивидуално проектираната професија на детектив (слично на адвокат); високата цена на најнискиот износ како доказ за осигурување од одговорност за штета спрема нарачувачот на детективската услуга или трето лице, која може да ја причини детективот при вршењето на детективската дејност; немањето на посебна комора за детективска дејност, која етапно ќе презема надлежности од МВР (по примерот на Комората за обезбедување на лица и имот); и др.

И покрај зголемувањето на бројот на вработени во приватниот безбедносен сектор, сепак државата воспоставува соодветни механизми на контрола и надзор, па во согласност со тоа значајна е мерката на државата која се состои од пропишување на услови за вршење на одредени работи на приватната безбедност (физичко-техничко обезбедување, детективска работа). Тоа значи дека претпријатијата, агенциите или претприемачите можат да вршат детективска работа само доколку ги исполнуваат со закон предвидените услови, бидејќи во спротивно, односно доколку во постапката на контролата се утврди дека некој од наведените субјекти не ги исполнува

[*] Пошироко за ова види Каталог на агенции за 2009 година, во издание на Комората на Република Македонија за обезбедување на лица и имот. (www.obezbeduvanje.org.mk).

условите, надлежниот орган за контрола ќе нареди да се постапи во согласност со законот или ќе ја забрани работата на таквиот субјект.

Во контекст на претходното разгледување треба да се напомене дека во Република Македонија со Законот за обезбедување на лица и имот[*] се пропишуваат условите кои субјектите мора да ги исполнат доколку сакаат да извршуваат задачи за заштита на лица и имот, а со Законот за детективската дејност се пропишуваат условите за вршење на детективската дејност[**]. Тука, треба да се истакне дека и другите држави кога го регулираат прашањето на приватната безбедност предвидуваат определени услови за извршување на наведените дејности, со некои сличности и разлики, кои се израз на специфичностите на секоја држава.

Во државите на Европската унија, исто така, се разликуваат законските решенија во однос на определувањето на условите за вршење на работите на активности на приватната безбедност. Воглавно се издаваат лиценци за вршење на приватната безбедност од страна на полициските органи, со тоа што се разликуваат условите за нивно добивање. Кога се има предвид односот помеѓу приватната безбедност и полициската дејност треба да се укаже и на фактот дека покрај издавањето на лиценца, se врши и оперативна проверка на сопственикот и менаџерскиот состав на определено претпријатие за приватна безбедност. Тоа се прави со цел да се спречи основање на претпријатија и вршење работи на приватната безбедност од страна на поединци чие минато не е во согласност со извршување на работи во приватната безбедност. Проверката за тоа дали одредено лице одговарало за сторено кривично дело е присутна во сите држави-членки на Европската унија, но критериумите за исклучување по таа основа се различни. Кога станува збор за оперативни проверки на сопствениците и менаџерскиот состав, треба да се истакне и важноста на финансиската состојба или финансиската способност на апликантите за вршење на работите на приватна безбедност. Тоа, секако е потребно, затоа што е логично идните субјекти кои сакаат да извршуваат работи од сферата на приватната безбедност да имаат и соодветна финансиска подлога. Значителен број на држави членки на Европската унија сметаат дека менаџментот на претпријатието за приватна безбедност е некомпатибилен со голем број на други акивности, па токму заради тоа ставаат забрана на кумулација на такви задачи со задачите на сопственоста и управувањето со претпријатието за приватна безбедност. Во секој случај, потребно е секторот на приватна безбедност потполно нормативно да се регулира, така да може во сите сегменти да се разликува од работењето на државниот, односно полициски сектор, и да се воспостават

[*] „Сл. весник на РМ“, бр. 80/99.
[**] „Сл. весник на РМ“, бр. 80/99.

соодветните стандарди, со висок степен на професионализам во извршувањето на сите видови на приватна безбедност.

3. Општо разгледување за детективската дејност

Во рамките на приватната безбедност се основани повеќе претпријатија и агенции кои воглавно вршат услуги од физичка и техничка заштита на лица, имот и работењето на претпријатијата и други правни лица, придружба и обезбедување на транспорт на пари и други вредности, противпожарна заштита, како и некои други работи кои се припаѓаат на сферата на приватното обезбедување. Со понатамошната приватизација во општеството се зголеми и приватната иницијатива за извршување и на некои други работи во рамките на обезбедувањето на лицата, имотот и работењето на претпријатијата и на другите правни лица. Некои агенции кои се регистрирани за вршење на физичка и техничка заштита, нудат и некои други услуги од детективска карактер, така што тие се јавуваат како детективски агенции во чиј опис на работата и понатаму стои како основна дејност физичкото и техничкото обезбедување на објекти, но нудат и други бројни услуги како на пример: следење на неверни сопружници, давање на совети и корисни информации, пронаоѓање на исчезнати лица и сл. Тоа значи дека ваквите агенции се ориентирани кон извршување на одредени детективски работи, кои во основа не спаѓаат во надлежност на полицијата. Тука е важно веднаш да се укаже на фактот дека при извршувањето на овие детективски работи, членовите на детективските агенции кои ги врши нив, не можат да ги користат овластуањата кои ги има полицијата. Така работеа овие агенции се до времето додека нивната дејност не беше регулирана со закон, така што по донесувањето на соодветната законска регулатива, тие агенции мораа да ја усогласат својата организацијата и работа согласно на законските одредби кои ја регулираат детективската дејност.

Во контекст на разгледувањето на проблематиката на детективска дејност во однос на приватната безбедност, треба да се укаже на фактот дека денес во светот се присутни дури и приватни разузнавачки организации. Имено, во светот на бизнисот, се поголемата глобална конкуренцијата ја зголемува потребата за современи разузнавачки активности. Приватни разузнавачки агенции склучуваат договори со одредени бизнисмени со цел да се извршат договорените работа, најчесто изнајмуваат поранешни разузнавачки офицери кои имаат широк круг на врски во поширок географски рамки, кои совршено ја знаат модерната технологија на собирање на разузнавачки податоци и кои познаваат високо технолошки и сметачки оспособени експерти. Овие експерти знаат како заради шпионажа и саботажа да ги прислушкуваат телефонските врски и да навлезат во најчувствителните систем на врски или во базите на податоци. Со склучувањето на договор со

приватниот разузнавачка организација, компанијата на која и се потребни одредени тајни податоци, е помалку загрозена отколку директно да вработува некој од експертите за кои се говореше погоре.

Заклучок

Безбедноста на државите е едно од најзначајните прашања за нивниот опстанок и развој. Од тие причини, секоја држава во градењето на сопствената безбедност посветува посебно внимание. Разбирливо, со оглед на фактот дека станува збор за безбедноста на државите, таа во долг временски период беше исклучиво државна функција. Со развојот на моделот на општествено уредување на западните демократии и особено со трансформацијата на социјалистичкиот систем на општествено уредување на бројни држави од Источна и ЈИ Европа, неминовно беше да настанат промени и во карактерот на безбедноста. Со трансформацијата на општественото уредување, практично се трансформираше и нивниот политички и економски систем. Повеќепартискиот систем, пазарната економија, трансферот на сопственоста и сл., се само најглобалните пунктови на трансформацијата. Сите овие промени, а особено трансформацијата на општествената и државната сопственост во приватна, неминовно доведе и до трансформација на безбедноста. Таа, било како состојба, функција или организација претрпе и сè уште претрпува значајни промени. Бројните приватни субјекти, разбирливо настојуваат сопствената безбедност, безбедноста на имотот и сл., да ја остваруваат во сопствена режија или со доверување на таа работа на специјализирани пазарни субјекти за вршење на тие работи. Со самото тоа, доаѓа до промена на структурата на безбедноста во рамките на државите, бидејќи сега во неа партиципира и приватната безбедност. Дури и понатаму, и самата приватна безбедност има своја структура која како структурни елементи ги има обезбедувањето на лица и имот и вршењето на детективската дејност. Растот на приватната безбедност е евидентен. Ваквите тенденции се присутни и во Република Македонија.

SECURITY, PRIVATE SECURITY AND THE ROLE OF THE DETECTIVES

Abstract

In today's world the security as a term has been used very often. There are lots of definitions about what security is and several ways how it has been divided. The most common one divides the security into external and internal. Very frequent distinction is the one which distinguishes national (state), collective, international, cooperative security and etc. However, the most traditional distinction of security is the one which distinguishes state and public security. Lately, at least in Macedonian conditions, more often the term private security has been used. Private security is a part of a whole state security, but the private subjects in the same state are responsible for it. Although now, the private security takes a small specific "part", obviously as the time goes on it becomes more important and expands. With transformations of the society and the state ownership, private ownership has become dominant form. Accordingly, the concern for the security and for other specific issues and problems of the citizens related to the security area has become subject of the private security. Therefore, the private security doesn`t stop there, but it has own internal structure or distinctive features. One of their elements is the role of the detectives (or their mission). These relations between security, private security and the mission of the detectives are the subject and the content of this theoretical work.

***Key words**: security, private security, role (mission) of the detectives, the role of the police*

Литература

1. Berki, R.N. Security and Society; Dent, London, 1986.
2. Bornschier, V. and Lenguel, P. Waves, Formations and Values in the World System; New Brunswick: Transaction, 1992.
3. Boshkovik, M., Osnovi detektivske delatnosti, Prometej, Novi Sad, 2008.
4. Buzan, B., Jones C, Little, R. The Logic of Anarchy: Neorealist to Structural Realism; New York, Columbia University Press, 1992.
5. Burton, J., World Society, Cambridge and New York: Cambridge Univ.Press, 1972.
6. Ванковска, Б., Цветковски, Ц., Правото и одбраната, РОБЗ Скопје, 1996.
7. Vejl, L., The limits of civil defiance on the USA, Switzerland, Britain and the

Soviet Union, The Macmillan press LTD, London, 1987.

8. Гоцевски, Т., Ортаковски, В., Георгиева, Л., Разрешување и трансформација на конфликтите, „Македонска ризница“, Куманово, 1999.
9. Ѓорѓевиќ, Ј., Политички систем, ЗУС, Скопје 1982.
10. Emsley., Makov., Sh.H., Police Detectives in Hostory, 1750-1950, Athenaeum Press Ltd, Gateshead, Tyne and Wear, 2005.
11. Климовски, С., Уставно уредување на Македонија, НИО „Студентски збор“, Скопје, 1987.
12. Кузев, С., Збирка на документи од областа на безбедноста и одбраната (стратрегиски определби), Југореклам, Скопје, 2001.
13. Кузев, С., Детективски менаџмент, авторизирани предавања, Европски универзитет, Скопје, 2009
14. Стаменковски, А., Менаџмент со одбраната, НИП „Ѓурѓа“, Скопје, 2004.
15. Стаменковски, А., Планирање на одбраната, НИП „Ѓурѓа“, Скопје, 1996.
16. Шкариќ, С., Уставно право, I и II книга, „Union trade“, Скопје, 1995.

Нормативни акти:

1. Закон за внатрешни работи, Сл. весник на РМ бр. 92/09.
2. Закон за полиција, Сл. весник на РМ бр. 114/06.
3. Закон за за детективската дејност, Сл. весник на РМ бр. 80/99.
4. Закон за за обезбедување на лица и имот, Сл. весник на РМ бр. 80/99.

E-mail адреси:

1. www.pravo.org.mk
2. www.mvr.gov.mk
3. www.obezbeduvavanje.org.mk

316.772.4

Проф. д-р **Живко АНДРЕВСКИ**

КОМУНИЦИРАЊЕТО СО ВНАТРЕШНАТА ЈАВНОСТ КАКО УСЛОВ ЗА СПРЕЧУВАЊЕ НА КОНФЛИКТИТЕ

Апстракт

Најважни односи на организацијата се односите со вработените и тоа на сите нивоа. Поимот јавност и внатрешна јавност се однесува подеднакво и на оние кои во организацијата се надредени и на оние кои се подредени. Овие јавности го претставуваат најважниот ресурс на организацијата – нејзините луѓе.

Секојдневните деловни односи подразбираат многубројни односи, а успешна комуникација со вработените се развива во атмосфера на доверба.

Клучни зборови: *односи со јавноста, внатрешна јавност, доверба, спречување конфликти.*

ВОВЕД

Постојат барем 7 предуслови за успешни односи:

1. Доверба меѓу работодавците и вработените;
2. Отворени информации кои слободно се движат кон горе, кон долу и од страна;
3. Задоволителна позиција и задоволително ниво на учество на секоја личност;
4. Континуитет на работата без судири;
5. Здраво опкружување;
6. Успех на претпријатието;
7. Оптимизам во поглед на иднината.

Главниот директор мора да создаде таква атмосфера и да ја направи да биде официјална политика. сепак, треба да се има предвид дека и ваквата поддршка од самиот врв на организацијата нема да биде доволна и дека

слободната двонасочна комуникација на организациите ќе наидува на многубројни пречки.

Публикациите за вработените, огласните табли, групните состаноци, кадровските прирачници и дописи се најчесто користени медиуми во комуникациите на управата и вработените. Комуникацијата „лице в лице" во опкружување кое може да се дефинира како „политика на отворени врати" е основниот медиуми кој се користи за поттикнување на комуникацијата нагоре и за изградба на добри работни односи со вработените.

Усогласувањето на потребите вработените да бидат задоволени од една страна и успехот на претпријатието од друга страна, е најважниот аспект на континуираното приспособување и примирје на релацијата работодавец-вработен. Но, во контекстот на поширокатa функција на односите со јавноста, со комуникацијата со вработените се одржуваат заемно корисни односи меѓу организацијата и вработените од кој зависи нејзиниот успех или неуспех.

АНАЛИЗА

Интернетот е најрашириот експонент на комуникациската револуција. Дигителниот свет ја промени комуникацијата внатре во организацијата и меѓу организацијата и нејзините различни јавности. Ако се парафразираат стиховите од една песна, ќе се добие: доколку работиш во односите со јавноста на некоја организација или се наоѓаш на информациски автопат, или не си на никаков пат. Џон Павлик, експерт за нови медиуми, вака го синтетизира ефектот на технологиите:

„И новинарите и дејците за односи со јавноста, и огласувачите се служат со нова технологија за поуспешно да ја извршуваат својата работа. Тие ја користат новата технологија за да работат поефективно и побрзо, како и за тоа да ги намалат трошоците. Покрај тоа, новите технологии им овозможуваат на професионалците во областа на комуникациите да работат на нов и креативен начин, па дури и да работат сосема други нешта".

Напредната технологија го промени начинот на производство, дистрибуцијата, во комуникациите. Иако многумина ја признаваат оваа нова реалност и експериментирањето со новите медиумски технологии, малкумина од нив ги знаат причините, начините и последиците од нивната примена во секојдневната практика.

Се нудат заклучоци кои ги покажуваат ефектите од новите медиумски технологии:

1.Интранетот (внатрешна мрежа) и Интернетот овозможуваат двонасочна комуникација каква што порано не била можна. Меѓусебно поврзаните мрежи на комуникациската технологија означуват „парадигматична промена во начинот на корпорацискатa комуникација". Така, директорите на корпорациите велат дека електронската пошта стана основно средство на комуникација во нивната организација, како и во комуницирањето со надворешните целни групи. Тие наведуваат дека новите медиуми ја унапредиле нивната двонасочна комуникација со јавноста.

И истражувачите и дејците за односи со јавноста почнуваат да учат како дејствуваат новите медиуми. Еден истражувач кој ги проучувал интерперсоналните односи, утврдил дека преку е-маил, индивидуално избраните дистрибуциски групи и он-лине говорници можат да воспостават пријателства исто како и преку традиционалното допишување. Всушност, се заклучува дека медиумските искуства заличуваат на интерперсоналните искуства.

2.Новиот медиумски свет се менува со голема брзина и ќе продолжи така да се менува во наредните неколку години. Иако дејците за односи со јавноста мора да имаат одредена контрола над веб-страницата на организацијата и над другите стратегиски комуникации, не е веројатно да ги креираат и да ги одржуваат веб-страниците односно да се обидуваат да ги контролираат и да ги проверуваат комуникациите. Рамнотежата се повеќе се преместува на страна на милионите корисници кои седат зад вмрежените компјутери и се ангажираат во комуникацијата која можеме да ја наречеме „многу со многу", која ја заменува старата формула на комуникација „еден со еден".

3.Технологијата овозможува дистрибуција и прием на поголем број податоци и информации од било кога порано. Со промените доаѓаат и поволни шанси, иако треба да се каже дека понекогаш тие се одвиваат пребрзо за да можат луѓето да ги следат. На пример, пребарувањето на светските веб-страници денес бара селектирање на 320.000.000 странички кои не се заштитени од пребарувачите со шифри или со други заштитни мерки. Па дури и најсофостицираните пребарувачи можат да прелистаат одвај една третина од тие странички. А, веќе е и ќе биде уште полошо.

Секој поединец со спојувањето на Интранет и Интернет се изложува на обилни информации. Се наметнува заклучокот дека брзите промени во технологијата, како и разводнувањето на разликите меѓу медиумите кои се стопуваат во дигиталниот свет, предизвикуваат големи промени во начинот на користење на медиумите, како во внатрешната, така и во надворешната комуникација.

Пазарното работење непремено наложува и дневно, речиси во секој час, фирмите да имаат потреба од некаква информација, некаков податок...

Секоја фирма, во краен случај, постои и работи во дадено опкружување, својот идентитет и резултат го потврдува во пазарните односи, го афирмира и правниот и економскиот сопствен субјективитет.

Какви се информации собираат фирмите, кои од нив се приоритетни, како тие информации се средуваат, а потоа се ползуваат?

Првата голема група информации од опкружувањето, па и воопшто од општеството е поврзана со дејноста, функциите, основните задачи, цели и реализации поради кои постои фирмата. Во поширока смисла, секоја фирма стопанисува на определен начин (произведува, нуди услуги, учествува во животот и во процесот на општествена репродукција). Оттаму, таа првенствено мора да набавува информации за состојби, движења, процеси, случувања кои се директно или индиректно поврзани со нејзината основна дејност. Такви се: движењето на цените, понудата на пазарот, чекорите на конкурентските фирми, податоци за постојните (реалните) и потенцијалните коминтенти (партнери, купувачи, корисници, соработници...).

Така, на пример, фирма која произведува мебел за домаќинството (дневни, спални, детски соби, кујни...) и канцелариски мебел (бироа, столици, маси, фотелји, кабинети...) треба да знае за цените на дрвената граѓа, за боите и лаковите, за металните делови, за дизајнирањето, за барањата на потрошувачите (каков мебел, со какви димензии, цени, вредности, карактеристики, трајност, функционалност, сооднос со големина и организација на работните простории), потоа информации за тоа какви ќе бидат идните барања на пазарот, какви програми (производствени линии, концепции) подготвуваат другите производители на мебел, како се однесуваат трговските фирми на пазарот (спрема потрошувачите, пропагандата...).

Ако е образовна институција од високото образование, на пример, ќе прибира информации за образовниот процес (тек, промени, иновации), за учебната и поширокатa литература, за вреднувањето на нејзините дипломирани студенти, за идните чекори (воведување насоки, зајакнување на постојните групи, промени во движење), за степенот на заинтересираност да се студира на таа институција, причините поради кои постои или не постои таа и таква заинтересираност, за образовните стратегии на другите универзитети во земјата, во соседните и во подалечните држави... (Овде ќе изнесам еден пример од Факултетот за туризам во Задар, Република Хрватска, каде што е согледувана и согледана потребата и оправданоста од постоење на наставно-научна дисциплина, предмет и испит, каде што ќе се изучува разузнавање во областа на туризмот. Поточно кажано, каде што ќе се совладуваат начините, методите, постапките за прибирање информации за тоа што планираат да преземат, да им понудат на туристите, оние средини кои се конкурентски во однос на фирмата и државата во која работи туристичката организација).

Приватна стоматолошка ординација од помал обем (два до три забарски „стола") има потреба од информации за цените на потребните средства, репроматеријали, помошни предмети, лекови, за начините на набавување и за набавувачите, за односите со пациентите, за самите муштерии, за нивното (не)задоволство...

Накусо: една голема група информации се однесуваат на директните услови, активности и процеси во економското работење на самата фирма, економското работење во најширока смисла на зборот.

Фирмите имаат потреба да селектираат и да складираат содржини кои произлегуваат од поширокиот економски контекст (и во земјата и во вкупната светска економија). Тие информации може да бидат во непосредна врска со работата на фирмата, но може да имаат и општо значење и важење па да се ползуваат и во оперативоста и во визиите.

Се покажува дека има оправданост и обезбедувањето факти, сознанија и проценки и за општата ситуација во земјата и во други држави (состојбите во политиката, безбедноста, културата, сообраќајот, правосудството, за можни кризи, епидемии...).

Цел комплекс од информации потребни за работата на фирмата се однесуваат на правни прашања, исто така, во најшироко значење (закони, акти, правилници, одлуки, промени). Во најголем дел тие би биле поврзани со дејноста на фирмата, иако практиката покажува дека и поразвиен зафат има основа и оправдување. Познавањето и располагањето со нормативните услови, околности, барања, ограничувања – нема замена за било кој стопански субјект кој дејствува на пазарот, има правен промет, нуди и прима производи и услуги.

Информации треба да се собираат и од резултати од истражувачки проекти од помал или од поголем обем, и тоа и од фундаменталните и од наменските истражувања, односно има потреба фирмите да нарачуваат истражувања за сопствени потреби и на сопствена сметка, што значи дека ќе бидат и сопственици на резултатите од истражувањата.

Се разбира, информации, во соодветна форма, се прибираат и од научни трудови и институции.

Битно прашање е како фирмата ќе доаѓа до ваквите информации важни и за нејзиното економско работење, и за општите економски услови, за правните прашања... Изворите се многубројни: од медиумите (со внимателно следење и селекција), преку стручни и научни изданија, мрежата на Интернет, посебно нарачани оценки од експерти и институции, (пр)оценки кои произлегуваат од луѓето од самата фирма...

Значајно е да се разреши и прашањето како ќе бидат складирани, сместени овие информации во организацијата на фирмата и каков ќе биде пристапот до нив.

Речиси е незаменливо сите информации да бидат приспособени во електронска форма, помал дел во пишан облик, а да се распоредат така што ќе бидат брзо и лесно достапни. На пример, да се спојат според општата тема и конкретното прашање на кое се однесуваат, потоа според времето на настанување и потеклото на информацијата, од каде доаѓа во географска смисла и од кој извор е преземена. (Конкретно, да речеме, со шифра да се знае дека информацијата се однесува на инвестирањето во прехранбената индустрија, тестенини, во Турција, во 2005 година, според податоци од Стопанската комора на Република Македонија. При пребарувањето, во компјутерската документција, оваа содржина да се открива веднаш на категориите „Турција", „тестенини", „2005").

Со акт на фирмата би се регулирале начините и луѓето, односно органите на фирмата, кои ќе имаат пристап до веќе средените, документираните содржини. По правило, во помалите фирми не е потребен посебен организационен дел кој би ја вршел работата на откривање, селекција, обработка, шифрирање, складирање на сите информации (групите податоци, факти, наоди, сознанија, предлози...), но во поголемите оргнизации такво одделение, сектор, служба сосема би го оправдала своето постоење и фунционирање(во економска, оперативна и развојна смисла).

Најчесто се смета дека во фирмите се случуваат формални и неформални комуницирања меѓу вработените. Притоа како формални се означуваат комуницирањето за теми, прашања, проблеми поврзани со работата, со работниот процес, организирањето, резултатите..., а како неформални - разговорите чии теми се општи (спорт, култура, политика, се разбира, кога овие теми не се предмет на работа на фирмата). Во некаков среден облик би се сметале разговорите за здравјето, семејството, расположението на вработените кое влијае врз работењето.

За функционирањето на фирмата, природно, клучно значење имаат формалните комуникации кои можат да се движат (во однос на темите) од обично пренесување наредби (работни задачи) до инспиративни разговори за развојот (инвестиции, проекти, визии) на фирмата и дејноста.

Ќе се разгледаат општите белези на овие комуникации, потоа нивните карактеристики кога станува збор за тек на информации од надлежните, раководителите, надредените кон соработниците, извршителите, како и белезите на однесувањето кога правецот на движење на информациите, реакциите со означува како „од долу кон нагоре", односно од вработените кон шефовите.

Општите белези на комуницирањето во вкупното внатрешно комуницирање во фирмата е пожелно да бидат; пристојно, стручно, аналитично, одговорно и релаксирано.

Пристојноста подразбира сериозно (но не круто и дрско) приоѓање, со разбрани надлежности, деловност и според суштината и според формата, со добра волја и со напор да се разбираат луѓето и да бидат разбрани.

Стручноста содржи категории од професионалниот речник, точно определување на природата на дејствието, познавање на стручниот речник од сите субјекти (во медицинска фирма, на пример, прецизно треба да се знае што означуваат определени зборови и зборовни групи и како испитување, и како дејство, и како дијагноза и како терапија. Може само да се претпостави каков урнебес и последици би настанале доколку лекарите, болничарите, медицинските сестри меѓусебно не се разбираат во стручна, медицинска смисла).

За аналитичноста се бара повеќестрано согледување на предлозите, наредбите и реакциите, во рамките на целината на работата на фирмата и во поширокото опкружување, водење сметка за интересите на „организмот" како една единствена целина.

Одговорноста има барем две димензии (одговорност за нешто што се прави и одговорност кога нешто не се прави). Одговорното комуницирање во фирмите содржи навременост, точност и вистинитост во исказите, податоците, наводите, сознанијата и оправдувањата и извинувањата, потоа одговорност ако се предизвикаат штетни несакани последици од неодговорното комуницирање.

Рекласираноста на извесен начин е зафатена кај пристојноста, па, сепак, уште неколку белези: природно и насмеано говорење и однесување, почитување на личноста, достоинството, угледот и честа на другиот, внесување пријатна свежина, атмосфера и духовитост.

Во однос на комуницирањето „од горе кон долу", покрај општите веќе спомнати карактеристики, настапот на надредените треба да биде: аргументиран, инструктивен, стимулативен и јасен (разбирлив).

Со редица знаења, факти, заснованост, функционалност, со разликување на најбитното од помалку битното е неопходно да се обезбеди аргументираност на налозите, наредбите, препораките, поуките и советите од надредените.

Инструктивноста се определува како прецизирање на чекорите, зафатите, потезите, дејствијата што се наложува да ги преземат соработниците/извршителите, прецизирање кое може да оди и до ситни детали.

Стимулативното пренесување на идеите означува претпоставка, напор и смисла за покренување, придвижување на потенцијалот кај реализаторите заради нивна иницијативност, одговорност, творечки пристап.

Разбирливоста е поврзана со стручноста и се смета дека наредбите ќе бидат „во свој елемент" доколку бидат оформени (или усмено или пишано, со јазик или на друг начин јасно, со препознатлива цел и назначени зафати, со единствен систем од значења и за налогодавачот и за извршителот.

За природата на комуницирањето кога тоа се движи од подредените кон надредените може да се рече дека тие (белезите) се: промислено, продуктивно, активно и креативно.

Промислено како вложен напор за втемелено реагирање, со разбирање на дејствијата што се очекуваат од личноста, со гаранции дека ќе биде сработено, со прием на суштината и целта на активноста.

Не е најголем успех ако се од шефот се прифаќа климоглаво, беспоговорно (како што е неприфатливо се да се дочекува со изговор, отпор, инает, некакви приговори, „зановетања", мрморење, бесполезно допрашување). Убаво е да се вреднува и со знаење да се одговори. Кога се реализира да се внесе сопствениот потенцијал. (Како пример може да се наведе односот меѓу актерот и режисерот. Точно е дека режисерот дава концепција, насоки, ама на актерот останува тој да биде мобилен, „свој", творец, да го доулови ликот, неговиот карактер, манири, однесување).

Иницијативноста, понудата на идеи, размисли, предлози, сугестии – се нешта кои се доблесни за однесување и комуницирање на секој вработен. Многу почесто во начелните разгледувања на комуницирањето во фирмите (и од помал, и од среден, и од голем формат) се зборува за формите, начините на кои ќе се комуницира, отколку за темите/содржините кои се предмет на комуникација. Кога се определуваат теамите тие, широко гледано, ги опфаќаат и прашањата на дневно/оперативно работење, и извештаи/пресеци за резултатите од работењето (биланс на успехот) за различни периоди или за одделни активности (проекти, инвестиции, акции, мерки), развојни линии (крупни зафати), како и информациите што фирмата ги собира заради ефикасно и ефективно работење (економски и правни информации поврзани со работата на фирмата, од општествениот контекст или за општата ситуација во земјата и во светот).

Различните форми на комуникација имаат различна моќ и употребна вредност. (На пример, општа најава дека ќе се дебатира за туристичката сезона во хотелско-угостителска фирма може да се реализира низ устен разговор, со краток допис, со соопштение на огласна табла или во компјутерска мрежа; додека проект за изградба на хотелско-мотелски објекти, за кого ќе се расправа и во кој се содржат стотици, илјадници

податоци, показатели, анализи, оценки и проценки е најдобро да биде во пишан облик на документ, брошура или во компјутерска документација).

За оперативни прашања соодветна е форма на кратко усмено или пишано соопштување; за стратегиски, долгорочни и скапи зафати е нужно функционално комуницирање.

Интерното комуницирање може да има вообичаени форми (допис, огласна табла, разгласна станица, работни состаноци) и поразвиени облици (документи, резимеа, проекции). Потоа во фирмата можат да се користат и оние облици и форми кои се наменети за јавноста, како што се: флаери, билборди, плакати, календари, нотеси, пенкала, прес-конференции, посети на новинари.

Заради модерно работење упатно е фирмата да има мрежен систем од компјутерски врски за комуникација низ кои ќе протекуваат информации битни за интерното информирање. Секој вработен практично со утринското, односно првото седнување на работната столица да има информации кои му се битни за неговото вклучување во фирмата, а тој да ги внесе своите податоци за сопственото ангажирање (и за тековниот ден, па и за една седмица, односно месец и подолгорочно). Тоа ставање на располагање на информации за себе кои се достапни и за раководителите и за другите лица во фирмата овозможува услови за синхронизираност во работењето, за вклопување во единствен, моќен систем во функционирањето. (Така, во една фирма која работи на производство на мебел точно би се знаело кој ги исцртува комјутерските дизајни, кој ги „сече" материјалите, кој ги монтира и што сите конкретно во конкретен ден и час работат; од каде се примени нарачки, какви се тие, во што се состојат; во кои правци ќе се движат возилата кои дистрибуираат готови производи...Секој од вработените, во буквална смисла секој, ќе знае што, всушност, се очекува од него за да биде во функција, од полза, на целиот систем. Или уште еден практиен момент: да речеме дека претставник на економскиот, поточно финансискиот дел од фирмата и и претставник на правната служба на фирмата имаат службена обврска/работа во некој град каде што ќе се упати возило за дистрибуција на мебел, со кое тие можат да отпатуваат во конкретниот град/место).

Дали и во пазарни услови на стопанисување се дозволени долги, здодевни, непродуктивни, убиствени состаночења?

Аналитичарите ги имаат согледано видовите состаноци во помали и во поголеми фирми, со мошне успешно работење, состаноци кои до перфекционизам се организирани, осмислени, ефектни и ефективни.

Вообичеано се смета дека состаноците на раководниот тим на фирмите или заеднички состаноци меѓу раководителите и стручњаците во фирмата можат да бидат: 1. Работни, 2. Концепциски/стратегиски и 3. Отворени, без дневен ред.

Работните состаноци се насочуваат и се исцрпуваат во правењето пресек на остварените работи, активности за определен период (најчесто една недела или, пак, еден ден), во препознавање на тешкотиите во работењето и во координирањето (слаби места, критични токи и фази), утврдување на непосредните задачи и активности, договор за овие зафати. И луѓето кои ги водат состаноците (по правило кои ја менаџираат работата во фирмата) и луѓето кои раководат со помали облици на организирање на фирмата (сектори, оддели, групи, подгрупи) за состаноците треба да бидат подготвени – информирани за да можат да информираат и за да можат да ги примат податоците и сознанијата од другите; квалитетно да учествуваат во донесувањето на одлуките (доколку е тоа предвидено) и во разбирањето на суштината на одлуките, целите, роковите, очекувањата.

Потребно е луѓето за ваквите состаноци да научат и да знаат брзо да мислат, кратко, но содржајно да се изразуваат, со волја и добра намера да ги прифаќаат забелешките и критиките, да ги збогатваат идеите од другите и своите идеи да ги вклопуваат во системот на фирмата, да бидат подготвени и „опремени" веднаш да ги оживотворуваат договорите и одлуките, да манифестираат креативност во пренесувањето на налозите, идеите и задачите кај своите соработници (извршители, подредени).

Концепциските/стратегиските состаноци, по правило, поретко се одржуваат, иако не значи дека тоа е секогаш токму така. Можеби во определени периоди (заради развој на фирмата, крупни зафати и пробиви, сознанија за состојби, движења и тенденции на пазарот, активно следење на трендовите и одговор на предизвиците во земјата и во светот, заради „доскокнување" во однос на конкуренцијата...) тие состаноци ќе бидат чести, редовни, долги, исцрпувачки, ама во секој случај подготвени, организирани, со зацртани очекувани заклучоци, договори, утврдување правци за акција, елаборација на темпото за преземање чекори, преземање потези и прецизирање на потребите од дополнителни анализи.

Учеството на вакви состаноци подразбира совладување на доволен фонд теоретски, научни и стручни сознанија, сопствени размислувања, активен однос, иницијативност, промислувања кои се пробивни, визионерски, иновативни, но и објективни, втемелени на реални состојби, односи и можности, осмислени за остварување (иако и „револуционерни' идеи не смеат да се исклучат и да се осудуваат).

Дебатите на овие средби треба да ги обележуваат аргументираност, отвореност за туѓи размисли и предлози, респект спрема тие аргументирања, способност за синтетизирање, спојување во единствена концепција...

Неформализираните состанувања (без дневен ред) не се, што би се рекло, строги, „во костуми", со тефтери и белешки, што не значи дека немаат вредност. Од уметничкото творење, но и од научното, стручното и бизнис-

однесувањето е познато дека убави, продуктивни, профитабилни, па и генијални идеи се исфрлиле на вакви состаноци (моменти на инспирација, непосреден спонтан изблик на идеја, проекција, ркулец – како што, впрочем се случува и во кафеана). Како занимливи ситуации од историјата на науката можат да се наведат откритието на Архимед за привидното губење на тежината/силата на секое тело потопено во вода/течност (онолку колку што тежи истиснатата течност – познато како Архимедов закон) до кое дошол додека бил во када (веројатно некое и некакво корито), од каде што излетал со воодушевување, сосема гол и извикал „Еурека!" . Менделеев, пак, познатиот автор на Менделеевиот систем за распоред на елементите, до своето епохално, историско, транс-цивилизациско и ненадминато откритие, дошол во сон, му се јавило на сон, при сонување, а потоа го рационализирал со сите негови вредности во даден период и за сите наредни времиња на човештвото и цивилизацијата воопшто.

И за работните/оперативните, и за концепциските и за неформализираните состаноци важи потребата да се има белешки (кратки, јадри, ударни, со заклучоци и со продуктивните идеи, понекогаш и пошироко образложени кога има граѓа, основа...).

Често сум се среќавал со формули, правила, системи кои препорачуваат определено однесување, вредности, доблести. Од познатите „Мали поуки за животот" од Џексон Браун, преку „Извор на мудроста..." од Балтазар Грасијан, до „Управување со промените" од Исак Адижес.

Преку Интернет-системот ми западна пред очи (а потоа и пред мозок, во срце и во душа) еден прилог насловен како „Кантерови правила за загушување на иновацијата" (од страна на надредениот).

Еве ги, тие десет Кантерови правила, со еден, единствен (ексклузивен, експлозивен и ефективен) заклучок.

1. Гледај на новите идеи со сомнеж.

2. Инсистирај/форсирај тешки и сложени механизми за одобрување, правила и регулативи.

3. Нас'скај (раздели) ги секторите и индивидуалците/поединците еден против друг.

4. Изразувај критика, воздржи се од пофалба.

5. При идентификацијата на проблем однесувај се како спрема знак за неуспех.

6. Контролирај се внимателно.

7. Планирај реорганизација во тајност.

8. Држи цврства контрола врз информациите.

9. Делегирај ги непријатните задачи на подредените.

10. Претпоставувај/верувај дека ти/вие (горе) знаете се за работата/бизнисот.

Катастрофата е загарантирана.

Се е кажано, што и да се каже ќе биде отповеќе.

Заклучок

За секоја организација, во полза на нејзиното успешно функционирање, е неопходно да обезбеди комуницирање со внатрешната јавност, со вработените и тоа: редовно, јасно, содржајно и прифатливо. Таа комуникација има за цел да овозможи координирано дејствување, да го зајакне степенот на доверба и да иницира акции, предлози, идеи, размисли. Односите со внатрешната јавност во вид на информирање, активирање, обезбедување сигурност – се предуслов за пресретнување на можните конфликти во организацијата. Оттаму и потребата во внатрешното комуницирање да бидат застапени интерактивните односи – информациите да се движат и од горе кон долу, и од долу кон горе.

Целината на овие процеси ја карактеризира поволна атмосфера и зајакнато чувство на припадност кон организацијата.

INTERNAL PUBLIC COMMUNICATIONS AS A CONDITION FOR CONFLICT PREVENTION

Summary

The most important relationship of the organization is the relationships with employees at all levels. The notion of public and internal publicity applies equally to those who are superior in the organization and those that are aligned. These publics represent the organization's most important resource - its people.Everyday business relationships involving multiple relationships, and successful communication with employees to develop in an atmosphere of trust.

Keywords: *public relations, internal public trust, prevent conflicts.*

Литература

1. Андревски, Живко (2004) Лицето го продава срцето, Македонски центар за меѓународна соработка, Скопје
2. Блек, Сем (1997) Односи с јавношћу, Београд, Клио
3. Димитровски, Роберт (2005) Менаџмент на мал бизнис, ФОН, Скопје
4. Јакимовски, Љубомир (2003) Јавност и јавно мислење, Совет за радиодифузија на РМ, Скопје
5. Марковић, Марина (2003) Пословна комуникација, Београд, Клио
6. Фоџ, Рената (2001) Пословна комуникација, Загреб, Хрватска свеучилишна наклада
7. Како да комуницирате со медиумите (подготвиле Марина Тунева-Јовановска и Јасмина Миронски), Издавач: Македонски институт за медиуми, Скопје, 2003
8. Кокаланов, Сашо (2001) Практикување односи со јавност, Скопје, КАД Биро
9. Cutlip, Scott, Center, Allan, Broom, Glen (2003) Odnosi s javnošću, Mate – nakladna kuća, Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta, Zagreb
10. Gruning, James, Huth, Todd (1984): Managing Public Relations, Chicago: Holt
11. Gruning, James (ur) (1992): Excellence in Public Relations and Communication Management
12. Grunig, Larissa, Grunig, James, Doizier, David (2002): Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communications management in Three Countries
13. Славујевић Зоран (2002) Политички маркетинг, Факултет политичких наука, Београд
14. Х. Саливан, Маргарита (2003) Одговорна канцеларија за информирање, Издание: Стејт Департмент на САД, Скопје

343.522(497.7)

Проф. д-р **Душко СТОЈАНОВСКИ**

"КРИМИНОЛОШКО - КРИМИНАЛИСТИЧКИ КАРАКТЕРИСТИКИ НА ФАЛСИФИКУВАЊЕТО ВОЗАЧКА ДОЗВОЛА"

Апстракт

Во статијата се прави обид да се прикаже состојбата и обемот на кривичното дело-фалсификување испрва, при што е фалсификувана возачка дозвола и се прави споредба со состојбата на ова кривично дело каде е фалсификувана некоја од заштитените исправи[1]. Исто така, предмет на обработка се феноменолошко – етиолошките карактеристики на овој вид кривични дела и на нивните сторители за периодот од 01.01.1997 година до 31.12.2001 година на подрачјето на градот Скопје, односно територијалната надлежност на општинските судови Скопје I и Скопје II.

***Клучни зборови**: фалификување, возачка дозвола, мотив, злоупотреба, откривање.*

1. Поим за возачка дозвола и меѓународна возачка дозвола

Поимот за возачката дозвола е дефиниран со чл. 285 од Законот за безбедност на сообраќајот на патиштата[2] и неговите измени со Законот за изменување и дополнување на Законот за безбедност на сообраќајот на патиштата[3]. Возачка дозвола, дозвола за возач на трактор и возачка потврда се издава на лице на негово барање кое ги исполнува условите пропишани со Законот за безбедност на сообраќајот на патиштата. Овој член не дефинира кои услови треба да ги исполнува лицето кое поднесува барање за издавање возачка дозвола. Условите за стекнување на лице со право на управување на мототрно возило се дефинирани со чл. 232 од Законот за безбедност на сообраќајот на патиштата и тоа:

[1] Во категоријата заштитени се поместени следните исправи: патна исправа, виза, лична карта, возачка и сообраќајна дозвола и чек по тековна сметка.
[2] Службен весник на Р. М. број 14/98
[3] Службен весник на Р. М. број 38/2004

- Да е душевно и телесно способно да управува со моторно возило;
- Да наполнило 18 години возраст;
- Да положило возачки испит за управувањесо моторно возило од определена категорија и
- Со одлука на надлежен орган да не му е забрането управуавње со моторно возило.

Во зависност од видот на моторното и приклучното возило, се издава возачка дозвола од соодветна категорија и тоа: “А”; “Б”; “Б + Е”; “Ц”; “Ц + Е”; “Д” и “Д +Е”. Во рамките на категориите: “А”; “Б”; “Ц”; “Ц + Е”; “Д” и “Д +Е” може да се издаде возачка дозвола за управување со моторни и приклучни возила кои спаѓаат во следните поткатегории: “А1”; “Б1”; “Ц1”; “Ц1 + Е”; “Д1” и “Д1 +Е”. Нема да навлегуваме во објаснување на видовите возила кои може да се управуваат со некоја од категориите на возачките дозволи бидејќи предмет на интерес е фалсификатот на возачката дозвола.

Врз основа на чл. 3 од Законот за безбедност на сообраќајот на патиштата издавањето на возачките дозволи е во надлежност на Министерството за внатрешни работи на Република Македонија.

Странец кој привремено престојува во нашата земја и државјанин на Република Македонија кој престојува или живее во странство па повремено ќе дојде во Македонија, врз основа на услов на реципроцитет, може да управува моторно возило со важечка странска возачка дозвола. Странец, кому му е одреден престој во Република Македонија и на македонски државјанин кој ќе се врати од странство, односно ќе се врати постојано да живее во Македонија и персоналот на дипломатско – конзуларните и меѓународни мисии можат да управуваат моторни возила со важечка странска возачка дозвола за време од шест месеци од денот на влегувањето во Република Македонија. На барање на овие лица може да им се замени странската, со македонска возачка дозвола без полагање на возачки испит, за категориите за кои тие имале важечка возачка дозвола.

На возач кому му е издадена возачка дозвола на Република Македонија за управување со моторно возило, по негово барање, може да му се издаде и меѓународна возачка дозвола. Меѓународните возачки дозволи ги издава овластена организација од Министерството за внатрешни работи на Република Македонија. Овластената организација за издавање на меѓународните возачки дозволи води регистер на истите. На лице на кое му е изречена мерка за безбедност забрана за управување со моторно возило, нема да му се издаде меѓународн возачка дозвола за периодот додека трае забраната. Меѓународните возачки дозволи издадени во Република Македонија не може да се користат за управување со моторни возила на нејзината територија, односно истите се користат само во странство.

2. Заштита на возачката дозвола

Во интерес на секоја држава да издава возачка дозвола со поголем степен на заштита заради спречување на нејзино фалсификување.

Возачка дозвола, односно дозвола за возач на трактор и возачка потврда се издаваат на образец чија форма, содржина, боја, вид и квалитет на материјалот се еднообразни за територијата на Република Македонија. Образецот на возачката дозвола, односно дозволата за возач на трактор и возачката потврда го пропишува министерот за внатрешни работи во согласност со министерот за сообраќај и врски со Правилник за обрасците на сообраќајната дозвола, возачката дозвола, сообраќајната дозвола за земјоделски трактор, дозволата за возач на трактор и возачка потврда[4]. Овие образци може да ги печати претпријатие или друго правно лице што ќе го овласти министерот за внатрешни работи и не смее да ги пушта во слободен промет.

Со оглед дека, во истражувањето, само возачката дозвола за управување на моторни возила се појави како предмет на фалсификат, следат подетални објаснувања за нејзиниот образец. Нема да се детализира образецот на дозволата за возач на трактор и возачка потврда.

Возачката дозвола се издава на образецот број 2, кој е триделен, со розова боја и правоаголна форма. Кога ќе се развие неговите, димензии изнесуваат 222 х 105 милиметри, а кога ќе се превитка 74 х 105 мм.

Насловната страна на возачката дозвола содржи: натпис "РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА", национална ознака "МК", назив "ВОЗАЧКА ДОЗВОЛА" и назив на француски јазик "PERMIS DE CONDUIRE".

Првата внатрешна страна на возачката дозвола содржи рубрики во кои се запишуваат следните податоци: име и презиме, датум и место на раѓање, единствен матичен број, живеалиште, назив и седиште на органот што ја издал возачката дозвола, потпис на службеното лице, ден на издавањето, рок на нејзиното важење, број на евиденцијата под кој е заведена дозволата, место за фотографија со димензии 30 х 35 мм и потпис на возачот. Фотографијата на која, во долниот лев агол, се става печат на органот што ја издал возачката дозвола се прицврстува механички така што без оштетување не може да се замени. Ова страна е покриена (ламинирана) со прозирна фолија која е хлорограмски обработена само кај местото на фотографијата.

Втората страна на возачката дозвола содржи податоци за категориите на возила за кои важи возачката дозвола и тоа: ознака, опис и категориите на возилата - "А"; "Б"; "Б + Е"; "Ц"; "Ц + Е"; "Д" и "Д +Е". Категоријата на возилата за која возачката дозвола важи се означува со ставање на печат на органот што ја издал дозволата, со запишување на датумот на полагањето на возачкиот испит и со потпис на службеното лице во секоја рубрика на

[4] Службен весник на Р. М. број 66/99

возачката дозвола во која се наведени возилата со кои возачот има право да управува. При замената на возачката дозвола издадена во странска држава, наместо датумот на полагањето на возачкиот испит, во соодветната рубрика на возачката дозвола се запишува датумот кога е извршена замената на странската возачка дозвола.

Третата страна на возачката дозвола содржи рубрика "ЗАБЕЛЕШКА".

Четвртата страна на возачката дозвола содржи рубрика за запишување на промената на живеалиштето на возачот и продолжувањето на важењето на возачката дозвола .

Насловната страна, четвртата и петтата страна на возачката дозвола, во долниот дел содржат сериски број.

На возачката дозвола е втисната посебна шара во вид на плетенка од квадрати и кругови со редуцирани страни кои се протегаат во должината на дозволата, а на четвртата и петтата страна е втисната по една крстовидна плетенка по вертикала.

Македонската возачка дозвола е заштитена со следните заштитни елементи:

- Заштитни кончиња вметнати во хартијата (црвена и зелена боја);
- Letterpress печатарска техника во серискиот број на возачката дозвола;
- Безбедносно заштитна фолија;
- Хлорограмска апликација во горниот лев агол на фотографијата;
- УВ заштита на фолијата со содржина "МК";
- Возачката дозвола на Република Македонија е со розева боја и е со димензии 222 x 105 мм.

Образецот на возачката дозвола, дозволата за возач на трактор и на возачката потврда се печати и податоците во него се запишуваат на македонскиот јазик и неговото кирилско писмо. На граѓаните кои зборуваат службен јазик различен од македонскиот јазик, образецот на возачката дозвола, дозволата за возач на трактор и на возачката потврда се печати и податоците во него се запишуваат и на службениот јазик и писмото што го употребува граѓанинот.

3. Обем и динамика на кривичните дела фалсификување исправа при што е фалсификувана возачка дозвола

Од вкупно 344 (100 %) анализирани кривично правни настани кои резултирале со правосилни пресуди за кривичните дела фалсификување исправа кога предмет на фалсификат е една од заштитените исправи во 29

(8.43 %) од нив е фалсификувана возачката дозвола. Во табелата 1 се презентирани податоците за обемот и динамиката на кривичните дела Фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, вкупната бројка на фалсификувани возачки дозволи и нивното национално потекло.

Од овие 29 кривично правни настани произлегле исто толкав број (29) кривични дела фалсификување исправа со ист број на правосилно осудени сторители. Од вкупно 29 (100 %) фалсификувани возачки дозволи 7 (24.13 %) се македноски, а останатите 22 (75.86 %) се странски. Од странските возачки дозволи со најголема застапеност од 7 (24.13 %) се возачките дозволи од Босна и Херцеговина, а потоа следуваат: хрватски возачки дозволи 6 (20.68 %); С. Р. Југославија со 4 (13,79 %); Руската федерација со 2 (6.89 %) и Албанија, Полска и Бугарија со по една (3.44 %) фалсификувани возачки дозволи.

Според очекувањата, најголема е застапеноста на фалсификување на домицилната возачка дозвола и фалсификување на возачки дозволи од соседните земји, пред се, од претходните делови на поранешна СФР Југославија. Не може со сигурност да се утврдат причините за ваквата застапеност, но сепак може да се претпостави дека ова се должи на: големата достапност до домицилните и возачки дозволи од соседните држави како и помалиот степен на заштита на овие исправи.

Што се однесува, пак, до динамиката на застапеноста на овие кривични дела, најголем број на фалсификувани возачки дозволи се појавиле во 1997 година, односно предмет на фалсификувањье биле 12 (41.37 %), во 2000 година кога биле фалсификувани 8 или (25.58 %), во 1998 и 1999 година по 4 (13.79 %) и во 2001 година била фалсификувана само 1 (3.44 %) возачка дозвола.

4. Начин на извршување

Податоците за начинот на извршување на кривичните дела Фалсификување исправа при што е фалсификувана возачка дозвола за претходно дефинираната временска и територијална рамка на истражувањето се презентирани во табелата 2.

И кај кривичните дела Фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачката дозвола, најзастапен начин на извршување на делото е употребата на фалсификувана исправа од страна на друго лице со застапеност од 24 (82.75 %) од вкупно 29 (100 %). Во 4 (13.79 %) кривични дела сторителот преправил вистинска и потоа ја употребил преправената возачка дозвола. Само едно (3.44 %) кривично дело е извршено така што сторителот направил лажна возачка дозвола и потоа ја употребил.

За споредба се презентирани податоците за начинот на извршување на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи. Најголем дел 208 (51,61 %) од кривичните дела

Фалсификување исправа при што исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи се извршени со употреба на веќе фалсификуваната исправа, во 154 (38, 21 %) случај сторителот ја направил лажната исправа и ја употребил, а во 37 (9,18 %) настани сторителот ја преправил вистиската исправа и ја употребил. Минимално е застапено умисленото помагање при извршување на кривичните дела Фалсификување исправа при што исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи кое се појавува во 4 настани или 0,99 %.

Застапеноста на употребата на веќе фалсификувана возачка дозвола, како начин на извршување на овој вид кривични дела е за 31.20 % погоголема во споредба со истиот начин на извршување кога е фалсификувана една од заштитените исправи. Преправањето и употребата како начин на извршување на кривичните дела Фалсификување исправа, при што е фалсификувана возачка дозвола, е за 4.73 % поголем од ваквиот начин на извршување на делата кога е фалсификувана една од заштитените исправи.

Од друга страна, пак, застапеноста на правењето на некоја од заштитените исправи и покасна употреба на фалсификатот како начин на извршување на делото, е за 34.98 % поголема од правењето и употребата на фалсификувана возачка дозвола. Умисленото помагање при извршувањето на делото со ставање на располагање на оригинална возачка дозвола за понатамошно нејзино фалсификување, не е регистрирано.

5. Начин на кој е направен фалсификатот на возачката дозвола

Податоците за начинот на кој е направен фалсификатот на возачката дозвола при извршување на кривичните дела фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, за претходно дефинираната временска и територијална рамка на истражувањето се презентирани во табелата 3.

За разлика од патната исправа и личната карта како исправи на кои како заштитен елемент како и кај возачката дозвола се вметнува фотографија на носителот, каде што целосниот фалсификат беше помалку застапен, кај фалсификувањето на возачката дозвола доминира целосниот фалсификат. Од вкупно 29 (100 %) фалсификувани возачки дозволи 19 (65.51 %) се целосен фалсификат, а во 10 (34.49 %) од делата фалсификатот е направен со преправање на оригинална возачка дозвола. Од овие 10 преправени возачки дозволи на 6 (20.68 %) им е заменета фотографијата, 2 (6.89 %) се фалсификувани со радирање на текст, една (3.44 %) возачка дозвола е фалсификуван со комбинација од замена на фотографија со радирање на текст и една (3.44 %) со заверка на оригинален образец за возачка дозвола со фалсификуван печат.

За споредба, се презентирани податоците за начинот на фалсификување на патната исправа и личната карта. Од вкупно 124 (100 %)

патни исправи само 3 патни исправи или 2.41 % се целосен фалсификат, а останатите 121 патна исправаили 97.59 % се фалсификати изработени со преправање на оригинална патна исправа. Од вкупно 15 (100 %) фалсификувани лични карти 10 (66.66 %) се направени со преправањето на вистинска лична карта од кои 9 (60.00 %) со замена на фотографијата и една (6.66 %) со радирање на текст на оригинална лична карта. Целосен фалсификат е изработен на 5 (33.33 %) од вкупниот број фалсификувани лични карти.

Ваквата голема застапеност на целосен фалсификат на возачката дозвола, за разлика од патната исправа и личната карта, најверојатно се појавува поради помалиот број заштитни елементи вградени во возачката дозвола за разлика од патната исправа и личната карта.

6. Место и време на извршување, поврзаност со други кривични дела и вештачење на фалсификуваните возачки дозволи

Податоците, од нашето истражување, за местото и времето (каде и кога) е извршено кривичното дело Фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, дали е изготвено вештачење на фалсификуваната возачката дозвола и дали делото е извршено во стек со друго кривично дело, се презентирани во табелата 4.

Од вкупно 29 (100 %) кривични дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола, 22 (75.86 %) се извршени во град, останатите 7 (24.13 %) се извршени во селска средина.

Во град се откриени фалсификатите на возачките дозволи за време на нивната употреба при контрола од страна на сообраќајната полиција и при обиди странска возачка дозвола да се замени со македонска, а во селска средина се откриени на граничните премини кога заедно со фалсификатот на возачката дозвола е откриван и фалсификат на странска патна исправа и тоа во 4 случаи се откриени фалсификати на хрватска возачка дозвола и патна исправа, а во еден случај заедно се пронајдени македонска возачка дозвола и патна исправа.

Ако се направи споредба на податоците за местото на извршување на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола со податодите за местото на извршување на кривичните дела фалсификување исправа при што исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи ќе се констатираат мали разлики. Од вкупно 403 (100 %) кривични дела фалсификување исправа при што исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи 254 или 63,02 % се извршени во градска средина што е за 12.84 % помалку од делата кога е фалсификувана возачка дозвола, а останатите 149 (36,97 %) се извршени на село што обратно за 12.84 % е повеќе отколку за делата кога е фалсификувана возачка дозвола.

Значи, типично место за извршување на кривичните дела фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, е градската средина.

Според очекувањата кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола се извршувани дење и тоа во 25 (86.21 %) кривични дела, а ноќе се извршени 4 (13.79 %) кривични дела.

Работното време на органите на управа за замена на странските возачки дозволи каде што се употребувани фалсификуваните странски возачки дозволи е во дневните часови, а исто така и летовите авионите на речиси сите дестинации се одвиваат дење. Најверојатно и будноста на полицајците кои вршат контрола на патниот сообраќај дење е повисока, од ноќните работни часови, па откривањето на фалсификуваните возачки дозволи при контрола на возачите дење е почесто.

По однос на времето на извршување на кривичните дела фалсификување исправа, при што исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи, се забележуваат одредени разлики. Од вкупно 403 (100 %) од кривичните дела фалсификување исправа при што исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи во 382 случаи или 94,78 % се извршени дење, а 18 (4.46 %) кривичните дела се извршени ноќе, а за една минимална количина од 3 кривични дела или 0,74 % е утврден точниот период на извршување од текот на денонокието.

Кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола за 8.57 % повеќе се изврашувани ноќе за разлика од делата кога е фалсификувана некоја од заштитените исправи.

Од вкупно 29 (100 %) од кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола во 28 (96.56 %) е извршено вештачење на фалсификатот на возачката дозвола, а само во едно (3.44 %) кривично дело не е извршено вештачење.

Многу слична е состојбата и за изготвувањето на вештачење на фалсификуваните исправи кај кривичните дела фалсификување исправа при што исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи. Од вкупно 403 (100 %) кривични дела фалсификување исправа кога фалсификуваната исправа е една од заштитените исправи во 397 (98.51 %) е побарано да се изврши вештачење на фалсификуваната исправа, а само во 6 (1,49 %) од кривични дела не е побарано.

По однос на поврзаноста на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола, во сите 29 (100 %) случаи делото не било поврзано со некое друго кривично дело. Како што претходно е споменато, фалсификуваната возачка дозвола била употребена заедно со фалсификувана патна исправа, но сепак процесуирањето на делото се однесувало само на кривичното дело Фалсификување исправа.

Ако се направи споредба со податоците кога фалсификуваната исправа е една од заштитените, ќе се утврди следната состојба: од вкупно

403 (100 %) кривични дела фалсификување исправа, кога фалсификуваната исправа е една од заштитените исправи, 368 (91.31 %) се појавуваат како индивидуални дела без никаква поврзаност со некое друго кривично дело. Најголема е поврзаноста со кривичното дело Кражба предвидено и казниво со чл. 235 од КЗМ и тоа во 28 (6.94 %) случаи, а потоа следува поврзаноста со кривичното дело Давање поткуп чл. 358 од КЗМ, со кривичното дело Тешка кражба чл. 236 со застапеност од 2 (0.49 %) дела и поврзаност со едно дело Измама чл. 247 од КЗМ.

Од горните податоци се гледа дека постои разлика од 8.69 % колку што изнесува вкупниот збир на кривични дела фалсификување исправа кога фалсификуваната исправа е една од заштитените исправи во кои тие имаат поврзаност со некое друго дело за што податоците погоре се прецизно презентирани.

7. Мотив, соизвршителство и начин на дознавање

Податоците од истражувањето за мотивот, соизвршителството и начинот на дознавање како е извршено кривичното дело Фалсификување исправа, при што е фалсификувана возачка дозвола, се презентирани во табелата 5.

Од вкупно 29 (100 %) кривични дела фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, сите 29 (100 %) се извршени заради остварување на одредено право кое не му припаѓа на сторителот. Типичен (стопроцентен) е мотивот: остварување на право кое не му припаѓа на сторителот на делото.

Ако се направи споредба со мотивираноста на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа, кога исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи, ќе се добие следната состојба: од вкупниот број 403 (100 %) на извршени кривични дела сторителите во 236 случаи (58,56 %) биле мотивирани да остварат некое право кое не им припаѓа, а во останатите 167 дела или 41,43 % очекувале и остварile имотна корист со сторување на кривичното дело. Остварувањето на некое право кое не му следува на сторителот како мотив за извршување на кривичните дела фалсификување исправа при што е фалсификувана возачка дозвола, е за 51.44 % поголемо од истиот мотив кога е фалсификувана една од заштитените исправи додека не е откриен ниту еден сторител кој се здобил со имотна корист поради продавање на фалсификувана возачка дозвола на потенцијален употребувач.

Од вкупно 29 (100 %) од кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола сите, 29 (100 %) се извршени самостојно без соизвршители.

Кај кривичните дела фалсификување исправа каде што фалсификуваната исправа е една од заштитените исправи од вкупно 403 (100

%) во 364 (90,32 %) кривични дела сторителите делувале самостојно додека во 39 (9.68 %) случаи сторители делувале со соизвршители. Значи, кај кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола за 9.68 % е поголема самостојноста во извршувањето на делата на кривичните дела фалсификување исправа каде што фалсификуваната исправа е една од заштитените исправи, а не е регистриран ниту еден случај на соизвршителството.

Во откривањето на кривичните дела фалсификување исправа при што е фалсификувана возачка дозвола, најголема застапеност има редовната контрола на исправите со учество од 18 (62.06 %) откриени дела од вкупно 29 (100 %) кривични дела. Потоа следува откривањето при употреба на фалсификуваната возачка дозвола со застапеност во откривањето на 9 (31.03 %) дела и по оперативен пат се откриени 2 (6.89 %) од овие кривични дела.

Постојат значителни разлики во начинот на дознавање дека е извршено некое од кривичните дела фалсификување исправа при што е фалсификувана возачка дозвола од начинот на дознавање на кривичните дела фалсификување исправа каде што фалсификуваната исправа е една од заштитените исправи. Од вкупно 403 (100 %) од откриените кривични дела во 210 случаи или 52.10 % се откриени по пат на редовна контрола, по оперативен пат се откриени 39.95 % или во 161 кривични дела, со пријава се откриени 8 (5.70 %) дела, при употреба на исправата се откриени 23 (5.70 %), а со самопријавување е откриено само едно (0.24 %) кривично дело.

Типичен начин на откривање на кривичните дела фалсификување исправа при што е фалсификувана возачка дозвола е редовната контрола на возачката дозвола при контрола на сувоземниот сообраќај. Постои голема разлика од 56.36 % во откривањето на фалсификатите возачките дозволи при редовна контрола, повеќе во споредба со овој начин на дознавање дека е извршен фалсификат на некоја од заштитените исправи. Исто така и откривањето на кривичните дела фалсификување исправа при што е фалсификувана возачка дозвола по оперативен пат е значително понизок за 33.06 %.

8. Пол, место на раѓање, место на живеење и осудуваност на сторителите

Во напорите да се утврди типичниот сторител на кривичните дела фалсификување исправа, при што е фалсификувана возачка дозвола, како и кај претходните исправи, поединечно се анализирани податоците кои се однесуваат на сторителот на овој вид криминалитет.

Податоците за полот, местото на раѓање и живеење на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола и податоците за нивната претходна осудуваност се презентирани во табелата 6.

Од вкупно 29 (100 %) кривични дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола, сите 29 (100 %) се извршени од сторители од машки пол. Уште една, прилично издржана, потврда дека криминалитетот е типична машка реакција.

За споредба, се презентирани податоците за полот на сторителот на кривичните дела Фалсификување исправа при што исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи. Податоците за полот на сорителите се разликуваат за поголема застапеност на сторители од машкиот пол за 14.21 %. Од вкупно 373 (100 %) осудени лица за кривичните дела Фалсификување исправа при што исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи, 320 осудени лица или 85,79 % се лица од машки пол, а останатите 53 (14,21 %) лица се припадници на женскиот пол.

Од вкупно 29 (100 %) од сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола 16 (55.17 %) се родени во село, а останатите 13 (44.83 %) се родени во град.

Спротивно на ова повеќето од сторителите на кривичните дела Фалсификување исправа, при што исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи, од вкупно 373 (100 %) правосилно осудени, 248 или 66,48 % се родени во град, а останатите 33,52 % односно 125 сторители се родени во село.

Поголемиот дел од вкупно 29 (100 %) од сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола 18 (62.06 %) живееат во град, а останатите 11 (37.94 %) живееат во село.

По однос на местото на живеење на сторителите на кривичните дела Фалсификување исправа при што исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи застапеноста е многу слична. Од вкупно 373 (100 %) правосилно осудени лица за овие дела 255 (68,36 %) живеат во град, а останатите 118 (32,64 %) живеат во село.

Поголемиот дел од сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола 25 (86.21 %) од вкупно 29 (100 %) претходно не биле во судир со законот, односно не биле осудувани, а 4(13.79 %) од сторителите на овие дела биле судувани за други кривични дела.

По однос на претходната осудуваност, застапеноста на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи има мали разлики. Од вкупно 373 (100 %) сторители на овие дела неосудувани се 271 (72.65 %) сторители, осудени за други кривични дела се 60 или 16.08 % сторители, 25 (6.70 %) се осудувани за кривични дела фалсификување исправа, а за 17 сторители или 4.55 % е непознато.

Податоците се разликуваат по однос на неосудуваноста и тоа за 13.56 % бројот на претходно неосудувани лица е поголем кај сторителите на

кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола, а за 2.29 % бројот на претходно осудуваните сторители е помал кај сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачката дозвола. Ако на ова бројка се додадат и 25 (6.70 %) се осудувани за кривични дела фалсификување исправа, бројот на претходно осудувани лица за кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачката дозвола, ќе биде помал за 8.99 од претходно осудените сторители на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи.

9. Возраст на сторителите

Податоците за возраста на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола и податоците за нивната претходна осудуваност се презентирани во табелата 7.

Од вкупно 29 (100 %) од сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола 11 (37.94 %) се на возраст од 22 до 30 години, 10 (34.48 %) се на возраст од 31 до 40 години, 3 (10.34 %) се помлади полнолетници помеѓу 19 и 21 година, по 2 (6.68 %) се на возраст од 41 до 50 и на возраст од 50 до 61 години и само еден (3.44 %) сторител е постар од 61 година.

Ако се направи спредба со податоците за возраста на сторителите на кривичните дела Фалсификување исправа при што исправата која е фалсификувана е една од заштитените исправи, ќе се утврди следното: од вкупно осудените 373 (100 %) лица за овие кривични дела старосната група од 22 до 30 години е со најголема застапеност во износ од 162 (43,43 %), а потоа следуваат групата од 31 до 40 години која учествува со стапка од 120 (32,17 %) сторители; старосната група од 19 до 21 година со учество од 48 (12,86 %) сторители; групата од 41 до 50 години со 28 (7,50 %) сторители; групата од 51 до 60 години со учество од 7 (1,86 %) сторители; групата малолетници од 16 до 18 години со учество од 6 (1,60 %) сторители и групата на возраст од 60 години и повеќе со минималните 2 (0,53 %) сторители.

Податоците од овие две групи сторители на кривични дела се разликуваат за мали нијанси.

10. Образование на сторителите

Податоците за образованието на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола ги презентираме во табелата 8.

Од вкупно 29 (100 %) сторители на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола 14 (48.27 %) завршиле основно образование, 9 (31.03 %) звршиле средно, за 4 (13.79 %) податокот за завршениот степен на образование е непознат, а по еден (3.44 %) сторител завршиле високо односно 4 одделенија од основното образование. Извесно е дека поголемиот дел од сторителите имаат низок тепен на образование, затоа што многу често, откако не можат легално да положат испит за возачка дозвола, што е потешко за лица со низок степен на образование, се решаваат да набават и употребуваат фалсификувана возачка дозвола.

За споредба, се презентирани податоците за завршено образование на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи: од вкупно 373 (100 %) сторители, без образование се 3 (0.80 %), со завршени четири одделенија од основното образование се 5 (1.34 %), со основно образование се 132 (35.38 %), со средно се 186 (49.86 %), со вишо се 5 (1.34 %), со виско се 13 (3.48 %) и за 29 (7.77 %) од стрителите степенот на завршено образование е непознат.

11. Вработеност и имотна состојба

Податоците за вработеноста и имотната состојба на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола се презентирани во табелата 9.

Од вкупно 29 (100 %) сторители на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола, речиси половина, 13 (44.83 %) се невработени, а останатите 16 (55.17 %) се врабоотени. Од вработените 6 (20.68 %) се работници, за 5 (17.24 %) овој податок е непознат, 3 (10.34 %) се службеници и 2 (6.89 %) се земјоделци.

За споредба, се презнетирани податоците за вработеноста на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи: од вкупно 373 (100 %) сторители невработени се 188 (50.40 %), работници се 66 (17.69 %), дали се вработени непознато е за 64 (17.15 %), службеници и одговорни лица воправно лице се по 23 или 6.16 % и еден сторител односно 0.26 % е пензионер. Застапеноста на невработените сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола е за околу 5.57 % помала од невработените сторители на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи, застапеноста на работницеите е за 2.99 % поголема кај делата каде што е фалсивикувана возачка дозвола.

Од вкупно 29 (100 %) сторители на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола, 22 (75.86 %) се со лоша имотна состојба, 5 (17.24 %) се со средна, а за останатите 2 (6.89 %) овој податок е непознат.

За споредба, се презнетирани податоци за имотната состојаба на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи: од вкупно 373 (100 %) сторители со лоша имотна состојба се 249 (66.75 %), со средна имотна состојаба се 56 (15.01 %), каква им е имотната состојаба непознато е за 47 (12.60 %) и со добра имотната состојаба се 21 или 5.63 %.

Застапеноста на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола со лоша имотна состојба е за 9.11 % повисока од сторителита на делата кога е фалсификувана некоја од заштитените исправи, додека застапеноста на сторителите на овие дела и од двете групации со средна имотна состојба е многу слична. Не е регистрирана ниту еден сторител на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола со добра економска состојба, а бројот на сторителите на овие дела за кои овој податок е непознат, е помал за 5.71 % сторителита на делата кога е фалсификувана некоја од заштитените исправи.

12. Брачна состојба на сторителите

Резултатите од мерењето на брачната состојба на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, за одредената временско територијална рамка на истражувањето се презентирани во табелата 10.

Од вкупно 29 (100 %) сторители на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола 3 (10.34 %) се немажени односно нежененети, а останатите 26 (89.63 %) живеат во брачна заедница. Од овие 26 (89.63 %) сторители кои живеат во брачна заедница 9 (31.03 %) имаат по две деца, 5 (17.24 %) се без деца, 4 (13.79 %) имаат по едно дете, 3 (10.34 %) имаат по четири деца и 2 (6.89 %) имаат по три деца.

За споредба, се презнетирани податоците за брачната состојаба на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи: од вкупно 373 (100 %) најголемиот дел и тоа 48,52 % или 181 сторител се во брак, 113 (30,29 %) сторители се немажени/нежененети, за 65 сторители или 17,42 % нема податок за нивната брачна состојба, 11 или 2,93 % се разведени, а 3 или 0,78 % се вдовци/ици. Од овие 181 (48.52 %) сторители кои се во брак 78 (20,91 %) имаат по две деца и тоа најчесто малолетни, а потоа следуваат 36 сторители или 9,65 % со по едно дете, 27 (7,23 %) сторители се во брак во кој се уште нема деца, 24 (6,43 %) сторители имаат по три деца и по 8 сторители односно 2,14 % имаат по четири односно пет или повеќе деца. Кај разведените сторители 5 или 1,34 % имаат едно дете, 3 (0,80 %) се без деца, 2 (0,5 3%) имаат по две деца и 1разведен сторител или 0,26 % има три деца. Кај вдовците/вдовиците во сооднос со вкупната бројка 373 (100 %) сторители 2 или 0,53 имаат по две деца, а еден (0,26 %) има три деца.

Впечатлива е поголемата застапеност на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола кои живееат во брачна заедница и тоа за 41.11 % од сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи кои не се во брачна состојба.

13. Национална припадност на сторителите

Податоците за националната припадност на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола и податоците за нивната претходна осудуваност се презентирани во табелата 11.

Сите 29 (100 %) сторители на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола се државјани на Република Македонија. Од вкупната бројка на сторителите 13 (44.83 %) се припадници на албанската националност, 11 (37.94 %) се Македонци, 3 (10.34 %) се муслимани и по еден (3.44 %) од сторителите се од турската односно ромска националност.

За споредба, се презнетирани податоците за национална припадност на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи: од вкупно 373 (100 %) најголемиот дел и тоа 321 сторител или 86.02 % се државјани на Република Македонија од кои: 160 (42,89 %) се Македонци; Албанци кои имаат македонско државјанство се 124 односно 33,24 %; ромите учествуваат со 3,48 %; муслиманите 3,21 %; турците и србите со по 1,60 %. Странските државјани се застапени со 52 сторители или 13.93 % од кои се издвојува учеството на лицата од албанска националност кои живеат и поседуваат патни исправи од Србија и Црна Гора кои учествуваат со 10,72 % односно 40 сторители, а останатите странци учествуваат со12 сторители или 3,21 %.

И овде најоголем дел од сторителите се припадници на албанската националност со учество од вкупно 44.83 %. Сите се државјани на нашата земја, а застапеноста на Македонците е 37.94 што е за 4.95 % помалку од нивната застапеност во извршувањето на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи.

14. Редовност на постапката, вид и висина на казната и однесување на сторителите

Однесувањето на осомниченото лице за некое од кривичните дела фалсификување исправа има значителна улога во одерувањето на казната и во понатамошниот ресоцијален процес за време на извршувањето на казната

доколку е изречена временска казна. Истражување покажа дека при одмерувањето на казната, исто така, големо влијание имаше и начинот на водењето односно редовноста на кривичната постапка.

Резултатите од мерењето на начинот на водење на постапката, видот и висината на казната и однесувањето за време на постапката на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола се презентирани во табелата 12.

Од вкупно 29 (100 %) сторители на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола 27 (93.11 %) се судени во нивно присуство, а останатите 2 (6.89 %) се судени во отсуство.

За споредба, се презентирани податоците за редовноста на постапката на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи. Од вкупно 373 (100 %) од правосилно осудените лица за кривичните дела фалсификување исправа кога фалсификуваната исправа е една од заштитените исправи 299 (80.16 %) се судени во присуство, а останатите 74 или 19.84 % се судени во отсуство.

Застапеноста на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола, судени во нивно присуство, е за 12.94 % поголема. Фактот што сите 29 (100 %) се државјани на Република Македонија оди во прилог на зголемената стапка, затоа што во многу случаи странците, откако се ослободени од притвор, ја напуштаат Република Македонија и нивното судење се одвива во нивно отсуство.

Од вкупно 29 (100 %) сторители на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола на, 19 (65.51 %) им е изречена условна казна, а на останатите 10 (34.85 %) им се изречени казни затвор. Од изречените казни затвор 7 (24.13 %) се со времетраење до 6 месеци, 2 (6.89 %) се со времетраење помеѓу 6 месеци и една година и една (3.44 %) казна е со времетрење од една до две години.

За споредба, се презнетирани податоците за видот и висината на изречените казни на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи: од вкупно 373 (100 %) осудени лица за предметните кривични дела најголема е застапеноста на сторители 218 (58,44 %) кои се осудени со временска казна која потоа е условена со повторно извршување на некое друго исто или различно кривично дело. Потоа следуваат: 83 сторители или 22,25 % кои се осудени на казна затвор со времетраење до 6 месеци, 33 сторители или 8,57 % се осудени на казна затвор со времетраење помеѓу една и две години, со казна затвор во времетраење помеѓу 6 месеци и една година се осудени 32 (8,57 %), 6 сторители или 1,60 % се осудени со казна затвор помеѓу 2 и 3 години и најмаку односно само еден сторител е осуден со казна затвор со времетраење помеѓу 3 и 5 години.

Изрекувањето на условната казна на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола е за 7.07 %

повисока во споредба со изрекувањето на овој вид санкција на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи.

Од вкупно 29 (100 %) сторители на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола 25 (86.21 %) примерно се однесувале за времетраењето на постапката и искажале каење за сторреното дело, а 2 (6.89 %) сторители не се каат за стореното дело и за исто толкав број на сторители, судени во отсуство, овој податок е непознат.

За споредба, се презнетирани податоците за однесувањето на сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи: од вкупно 373 (100 %) осудени лица за предметните кривични дела 282 или 75,33 % за време на судењето примерно се однесувале и искажале каење за стореното дело, за 71 сторител (19,03) овој факт е непознат (најголем дел од ова отпаѓа на сторителите судени во отсуство), а само 21 сторител или 5,63 % се изјасниле дека не се каат за стореното дело.

Процентуалната застапеност на сторителите, на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана возачка дозвола кои примерно се однесувале за времетраењето на постапката и искажале каење за сторреното дело, е за 10.88 % поголема во споредба со сторителите на кривичните дела фалсификување исправа кога е фалсификувана една од заштитените исправи кои имале исто такво однесување. Оваа разлика најверојатно се јавува поради поголемата присутност на сторителите на овие дела во постапката.

Заклучок

Резултатите од истражувањето покажуваат дека обемот на фалсификувањето возачка дозвола споредено со останатите фалсификати на исправите сместени во категоријата „заштитени исправи" е 8.43 % односно фалсификувани се 29 возачки дозволи. Од нив 7 (24.13 %) се македноски, а останатите 22 (75.86 %) се странски пред се од подрачјата на поранешна Југославија и Југоисточна Европа. Кај фалсификувањето на возачката дозвола доминира целосниот фалсификат. Од вкупно 29 (100 %) фалсификувани возачки дозволи 19 (65.51 %) се целосен фалсификат, а во 10 (34.49 %) од делата фалсификатот е направен со преправање на оригинална возачка дозвола.

За потенцирање е фактот дека истражувањето е спроведено пред воведувањетов на биометриските возачки дозволи во Република Македонија, чие ниво на заштита е многу поголемо од класичните

возачки дозволи. Истражувањето на фалсификувањето на новите биометриски исправи воопшто, вклучително и возачките дозволи, секако ќе биде предмет на идните истражувања и компарирање на резултатите од статијава.

Abstract

This article aims at portraying the state and span of the criminal offence of Forgery of document, i.e. the driving licence forgery and to compare it to the forgery of any of the protected documents[5]*. It also deals with the phenomenogical and etiological characteristics of this kind of criminal offence and the offenders between the period of between 01.01.1997 and 31.12.2001 in the area of Sopje, namely the area of jurisdiction of the Municipal courts Skopje I and Skopje II.*

Key words*: forgery, driving licence, motif, abusing, discovery.*

Литература

1. М. Ангелески, *Прилог кон проучувањето на криминалистичката методологија со осврт на посените научни методи*, Безбедност, бр. 2, Скопје 1993.
2. М. Ангелески, *Криминалистика* (*општа криминалистичка теорија*), НИО Студентски збор, Скопје, 1993.
3. Љ. Јовановиќ, *Кривично право, посебан део*, Београд, 1983.
4. Д. Стојановски, *Фалсификување исправи*, Култура, Скопје, 2005.
5. Д. Стојановски, *„Фалсификување заштитени исправи – кривичноправни, криминолошки и криминалисти.ки аспекти“* докторската дисертација одбранета на Институтот за социолошки и политичко правни исражувања на 05.09.2005 година.

[5] In the category of protected documents are given the folowing documents: passport, visa, identity card, driver's license and registration card, cheque.

Прилог табели:

Табела 1: Кривично правни настани од кои произлегло кривично дело Фалсификување исправа, со фалсификувана возачка дозвола, вкупен број фалсификувани возачки дозволи и нивното национално потекло, за периодот од 1997 – 2001 година на подрачјето на Основните судови Скопје I и Скопје II.

Година	1997	1998	1999	2000	2001	Вкуп.	Во %
Кривично правен настан	12	4	4	8	1	29	
Кривични дела и сторители	12	4	4	8	1	29	
Вк. број фал. воз. дозволи	12	4	4	8	1	29	
Македонија	2	-	2	2	1	7	24.13
Југославија	1	1	-	2	-	4	13.79
Босна и Херцеговина	4	2	-	1	-	7	24.13
Русија	1	1	-	-	-	2	6.89
Албанија	-	-	-	1	-	1	3.44
Хрватска	3	-	2	1	-	6	20.68
Полска	-	-	-	1	-	1	3.44
Бугарија	1	-	-	-	-	1	3.44
Вкупно	12	4	4	8	1	29	100
Во %	41.37	13.79	13.79	27.58	3.44	100	

Табела 2: Начин на извршување на кривичното дело Фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, за периодот од 1997 – 2001 година на подрачјето на Основните судови Скопје I и Скопје II.

Година	Вкупно	Направил лажна возачка дозвола и ја употребил	Преправил и употребил вистинска возачка дозвола	Употребил фалсификувана возачка дозвола
1997	12	-	1	11
1998	4	-	-	4
1999	4	1	1	2
2000	8	-	2	6
2001	1	-	-	1
Вкупно	29	1	4	24
Во %	100	3.44	13.79	82.75

Табела 3: Начин на кој е направен фалсификатот на возачката дозвола при извршување на кривичното дело Фалсификување исправа, за периодот од 1997 – 2001 година на подрачјето на Основните судови Скопје I и Скопје II.

Година	Вкупно	Целосен фалсификат	Преправање на вистинска возачка дозвола со:			
			Замена на фотографија	Радирање на текст	Замена на фотографија и радирање на текст	Заверка на ориг. образец на В.Д. со фалсификуван печат
1997	12	8	2	2	-	-
1998	4	3	-	-	-	1
1999	4	1	2	-	1	-
2000	8	7	1	-	-	-
2001	1	-	1	-	-	-
Вкупно	29	19	6	2	1	1
Во %	100	65.51	20.68	6.89	3.44	3.44
Во %	100	65.51	34.49			

Табела 4: Место и време на извршување на кривичните дела Фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, вештачење на фалсификуваната возачка дозвола и поврзаност со други кривични дела, за периодот од 1997 – 2001 година на подрачјето на Основните судови Скопје I и Скопје II.

Година	Вкупно	Место		Време		Вештачење		Стек		
		Град	Село	Ден	Ноќ	Да	не	не	член 358	член 274
1997	12	9	3	10	2	11	1	12	-	-
1998	4	3	1	3	1	4	-	4	-	-
1999	4	3	1	4	-	4	-	4	-	-
2000	8	7	1	7	1	8	-	8	-	-
2001	1	-	1	1	-	1	-	1	-	-
Вкупно	29	22	7	25	4	28	1	29	-	-
Во %	100	75.86	24.13	86.21	13.79	96.56	3.44	100	-	-

Табела 5: Мотив, соизвршителство и начин на дознавање за извршеното кривично дело Фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, за периодот од 1997 – 2001 година на подрачјето на Основните судови Скопје I и Скопје II.

Година	Вкупно к.д.	Мотив		Соизвршителство		Начин на дознавање за к.д.			
		имотна корист	остварување право	делувал сам	со соизвр.	редов. контр.	при употреба	опер. пат	пријава
1997	12	-	12	12	-	7	5	-	-
1998	4	-	4	4	-	2	2	-	-
1999	4	-	4	4	-	3	-	1	-
2000	8	-	8	8	-	5	2	1	-
2001	1	-	1	1	-	1	-	-	-
Вкупно	29	-	29	29	-	18	9	2	-
Во %	100	-	100	100	-	62.06	31.03	6.89	-

Табела 6: Пол, место на раѓање, место на живеење и осудуваност на сторителите на кривичните дела Фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, за периодот од 1997 – 2001 година на подрачјето на Основните судови Скопје I/Скопје II.

Година	Вкупно к.д.	Пол		место на раѓање		место на живееење		Пертходна осудуваност			
		м	ж	град	село	град	село	не	да	да/с	непознато
1997	12	12	-	5	7	8	4	12	-	-	-
1998	4	4	-	1	3	2	2	4	-	-	-
1999	4	4	-	3	1	3	1	2	2	-	-
2000	8	8	-	3	5	4	4	6	2	-	-
2001	1	1	-	1	-	1	-	1	-	-	-
Вкупно	29	29	-	13	16	18	11	25	4	-	-
Во %	100	100	-	44.83	55.17	62.06	37.94	86.21	13.79	-	-

Табела 7: Возраст на сторителите на кривичните дела Фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, за периодот од 1997 – 2001 година на подрачјето на Основните судови Скопје I и Скопје II.

Година	Вкупно	16-18г.	19-21 г.	22-30г.	31-40г.	41-50г.	51-60г.	60 + г.
1997	12	-	2	6	2	1	1	-
1998	4	-	-	1	3	-	-	-
1999	4	-	-	2	1	-	1	-
2000	8	-	1	2	3	1	-	1
2001	1	-	-	-	1	-	-	-
Вкупно	29	-	3	11	10	2	2	1
Во %	100	-	10.34	37.94	34.48	6.89	6.89	3.44

Табела 8: Образование на сторителите на кривичните дела Фалсификување исправа, при што е фалсификувана возачка дозвола, за периодот од 1997 – 2001 година на подрачјето на Основните судови Скопје I и Скопје II.

Година	Вкупно	Без образов.	4 Одд. ОУ	Основно	Средно	Вишо	Високо	Непознато
1997	12	-	1	5	4	-	1	1
1998	4	-	-	2	1	-	-	1
1999	4	-	-	1	2	-	-	1
2000	8	-	-	5	2	-	-	1
2001	1	-	-	1	-	-	-	-
Вкупно	29	-	1	14	9	-	1	4
Во %	100	-	3.44	48.27	31.03	-	3.44	13.79

Табела 9: Вработеност и имотна состојба на сторителите на кривичните дела Фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, за периодот од 1997 – 2001 година на подрачјето на Основните судови Скопје I и Скопје II.

Година	Вкупно к.д.	Вработеност					Имотна состојба			
		невр.	раб.	служб.	земјод.	непоз.	лоша	средна	добра	непоз.
1997	12	6	2	1	1	2	10	2	-	-
1998	4	1	1	1	-	1	3	1	-	-
1999	4	1	2	-	-	1	3	-	-	1
2000	8	4	1	1	1	1	5	2	-	1
2001	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-
Вкупно	29	13	6	3	2	5	22	5	-	2
Во %	100	44.83	20.68	10.34	6.89	17.24	75.86	17.24	-	6.89

Табела 10: Брачна состојба на сторителите на кривичните дела Фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, за периодот од 1997 – 2001 година на подрачјето на Основните судови Скопје I и Скопје II.

Година	немаж неоже.	омажени/оженети со по (види долу) дете						разведени (долу бр. на деца)				вдовец -ци		непоз.	Вкуп.
		0/д	1(д)	2/д	3/д	4/д	5/5+	0/д	1/д	2/д	3/д	1/д	3/д		
1997	2	3	3	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	12
1998	-	-	-	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	4
1999	-	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	4
2000	1	1	1	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	8
2001	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Вкуп.	3	5	4	9	2	3	-	-	-	-	-	-	-	3	29
Во %	10.34	17.24	13.79	31.03	6.89	10.34	-	-	-	-	-	-	-	10.34	100
Во %	10.34	89.63						-				-		10.34	100

Табела 11: Национална припадност на сторителите на кривичните дела Фалсификување заштитена исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, за периодот од 1997 – 2001 година на подрачјето на Основните судови Скопје I/Скопје II.

Година	Вкупно	Државјани на Република Македонија					
		Македонци	Албанци	Турци	Роми	Срби	Муслим.
1997	12	6	4	-	-	-	2
1998	4	1	3	-	-	-	-
1999	4	2	2	-	-	-	-
2000	8	2	3	1	1	-	1
2001	1	-	1	-	-	-	-
Вкупно	29	11	13	1	1	-	3
Во %	100	37.94	44.83	3.44	3.44	-	10.34
Во %	100	100					

Табела 12: Редовност на постапката, вид и висина на казната и однесување на сторителите на кривичните дела Фалсификување исправа, кога е фалсификувана возачка дозвола, за периодот од 1997 – 2001 година на подрачјето на Основните судови Скопје I и Скопје II.

Година	Вкупно к.д.	Постапка		Вид и висина на казната					Однесувње		
		ред.	во отс.	услов на	затвор до 6 месеци	затвор од 6 м. до 1 г.	затвор од 1 г. до 2 г.	затвор од 2 г. до 3 г.	се кае	не се кае	неп озн.
1997	12	11	1	8	3	1	-	-	11	-	1
1998	4	4	-	2	2	-	-	-	2	2	-
1999	4	4	-	2	1	1	-	-	4	-	-
2000	8	7	1	6	1	-	1	-	7	-	1
2001	1	1	-	1	-	-	-	-	1	-	-
Вкупно	29	27	2	19	7	2	1	-	25	2	2
Во %	100	93.11	6.89	65.51	24.13	6.89	3.44	-	86.21	6.89	6.89

355.40-027.511(100)

D-r. sc. **Maid PAJEVIĆ**[1],

PREVENTIVNA ULOGA OBAVJEŠTAJNE SLUŽBE NA NADNACIONALNOJ RAZINI

Danas se svijet suočava sa pitanjem izmjene državnog sistema. Najaktuelni i najveći izazov za državu su nedržavni akteri. Počev od terorista i trgovaca drogom do advokatskih grupa, *think tanks* neprofitnih organizacija koje se bave istraživackim radom i privatnih korporacija. One u mnogome utječu na redefiniranje sigurnosne politike i oblasti zaštitnih mehanizama savremenih država (Treverton i Jones, 2005). Prema pogledima pojedinih autora, međunarodni sistem, poslije Drugog svjetskog rata, bit će gotovo neprepoznatljiv do 2025. godine, zbog porasta narastajuće moći, globalne ekonomije, historijskog transfera bogatstva i ekonomske moći sa Zapada prema Istoku i narastajućeg utjecaja nedržavnih aktera. Do 2025. godine internacionalni sistem će biti *globalno multipolaran* sa „raskorakom" nacionalne moći[2], te suženom komunikacijom bogatih i zemalja u razvoju. Konkuretnost se mijenja na planu izmjene moći od nacionalnih / državnih prema različitim nedržavnim akterima, uključujući preduzeća, plemena, vjerske organizacije, i kriminalne mreže koje kontinuirano rastu. Opseg i širina transnacionalnih savremenih sigurnosnih izazova ima značajan utjecaj na globalnu sigurnost. U primjere savremenih sigurnosnih izazova spadaju i trendovi starenje stanovništva u razvijenom svijetu, porast nebrige o klimatskim promjenama, rast potrebe za ograničenim resursima kao što su: energija, hrana, voda. U vezi s tim, Nacionalno obavještajno vjeće obavještajne zajednice SAD-a rezimira: „Ovo je priča se nejasnim ishodima" (NIC, 2008: vi).[3]

Dvije i pol godine nakon brutalnih napada na New York i Washington, 11. marta 2004. godine izvršenje teroristički napad u Madridu. Iako po broju neposrednih žrtava manji od napada na SAD, šokirana Europa tražila je odlučnu akciju i konkretnije mjere Europske Unije u borbi protiv terorizma, ne zapostavljajući i druge sigurnosne prijetnje.

---

[1] predavač kriminalistike u Agenciji za školovanje i stručno usavršavanje kadrova BiH, Bosna i Hercegovina, E-mail: m.pajevic@bih.net.ba

[2] Skor nacionalne moći izačunava se kompjuterskim modelom (*International Futures computer model)* čiji razultat se dobiva kao *produkt indeksa kombinacije:* faktora bogatstva GDP, troškova odbrane populacije i tehnologije (NIC, 2008).

[3] Uporedi: NIC (2000) *Global Trends 2015*, *A Dialogue About the Future with Nongovernment Experts,* i NIC (2004) *Mapping the Global Future: Report of the National Intelligence Council's 2020 Project*.

U tom kontestu, Treverton i Jones **(**2005: 11) postavljaju logičko pitanje: „Kako možemo početi sa razumijevanjem nedržavnih aktera ako ne mjerimo njihovu ulogu i moć?“ Drugi način shvaćanja moći nedržavnih aktera jeste izučavanje trendova. Sigurno, informaciono-tehnološka revolucija (IT revolucija), podudara se sa krajem Hladnog rata, redistribuirajući moć daleko od države prema nedržavnim akterima, najmanje na šest načina: (1) *Pristup informacijama* podrazumijeva da vlada gubi monopol nad informacijama; (2) *Brzina reagiranja implicira da se t*ržišna reagiranja mjere u sekundama, ali reagiranje vlada je znatno sporije pa IT revolucija neizbježno preseljava akcije, daleko od vlade, prema okretnim organizacijama; (3) *Novi glasovi* podrazumijevaju proces kreiranja novih kanala informacija i novih kredibilnih glasova. Ovaj trend je promijenio dosadašnju praksu, gdje je vlada postala manje dominantna; (4) *Jeftinije konsultacije* su proizašle zbog gotovo neograničene širine pojasa, gdje su komunikacijski troškovi počeli da se približavaju nuli; (5) *Rapidne promjene* ukazuju da vlade, po prirodi, imaju veću vjerojatnost da održe *status quo* nego podlegnu promjenama, dok nedržavni sektor radi po uvriježenim standardima; (6) *Izmjene granica u vremenu i prostoru* su doprinijele izmjeni definicije „mi“ i „oni“ naročito u Evropi i muslimanskom svijetu (vidi: Treverton i Jones, 2005: 11).

Tabela br. 1. *Tipovi nedržavnih aktera*

Tip	Model akcije	Mjere	Ograničenja
Privatne korporacije	Sprovode tržišne operacije	Profit, tržišno djeljenje	Države još imaju regulatorni nadzor
NVO i civilno društvo	Osiguravaju informacije i pomažu	Medijsko pojavljivanje, izvori	Često se bavi samo jednom temom, ne može implementirati politiku, samo advokat
Međunarodne organizacije	Dodjeljuju finasijske izvore, šalju signale o investicijskim mogućnostima	Izvori, veličina	Mali utjecaj moći zemalja
Regionalne ekonomske organizacije	Ubrzavaju ekonomski rast kroz tržište	Veličina, iznos trgovine	Države će zadržati primarnu ekonomsku moć
Teroristi i kriminalni karteli	Koriste teror, angažman u nelegalnim aktivnostima	Izvori, veličina, globalni doseg, kapaciteti	Asimetrija moći u usporedbi sa državom
Virtualne mreže (hakeri)	Utječu idejama i na poglede korisnika	Hit Web stranice	Nema trupa i „hard power“

Izvor: (Treverton i Jones, 2005: 15)

Steele (2006b: 59 - 84) u knjizi *Djelo pametne nacije: javna obavještajna djelatnost u javnom interesu* kreira peto poglavlje pod naslovom *Deset prijetnja, dvanaest politika i osam izazova* koje decidno određuju lokus i relevanciju ove teme u globalnoj društvenoj zajednici. Deset prijetnji zahtjeva dijeljenje informacija i međuagencijsku obavještajnu saradnju i u njih ubraja po hijerarhiji i sigurnosnom značaju: „(1) siromaštvo, (2) bolesti, (3) degradacija prirodne sredine, (4) međudržavni konflikt, (5) civilni rat, (6) genocid, (7) drugi užasni prizori[4], (8) proliferacija, (9) terorizam i (10) transnacionalni kriminal".

U obavještajnim studijama[5] se vodi debata u vezi značenja termina - sintagme organizacijsko prilagođavanje obavještajne službe? Evidentno je da teoretičari nemaju jasan odgovor, da li to podrazumjeva organizaciske promjene, transformaciju, evoluciju ili adaptaciju. Većina se slaže da organizaciske promjene podrazumijevaju tri važna elementa: (1) *promjena* koja je najčešće rezultat nužnosti prilagođavanja obavještajne službe savremenim sigurnosnim izazovima i organizacisjkim nedostacima koji dovode do skandala i katastrofa, (2) *veličina promjene* podrazumjeva dinamičku promjenu strukture, procesa i uvjerenja, i (3) *rezultat promjene* je produkt adaptacije obavještajne službe u odnosu na savremeno sigurnosno okruženje (Zegart, 2007).

Schreier i Stocker (2006b: 3) ističu da je rad obavještajnih službi sve više kompleksan, opasan, kontroverzan i osjetljiv na vremenske rokove. Efikasno vođenje politike i donošenje odluka sve više zavisi od ranog otkrivanja problema, brzog procjenjivanja mogućih posljedica tih odluka i pravovremenog praćenja njihove primjene. Promjene u strateškoj okolini dovele su do povećanja broja i vrste korisnika obavještajnih podataka, kako domaćih tako i stranih. Njihove potrebe se enormno razlikuju. Samo dobro obavješteni visoki vladini zvaničnici mogu dati potrebne smjernice obavještajnim službama i donijeti ispravne političke procjene. Operacije obavještajnih službi postaju sve više uslovljene podacima koje je teško i opasno prikupiti. Očuvanje tajni je sve teže iz tehničkih i političkih razloga. Državne obavještajne službe treba da rade sa kolegama iz drugih država ukoliko žele da ispune svoje zadatke; s druge strane, ovakva saradnja može da bude otežana međusobnom sumnjičavošću i razlikama u radnoj praksi između službi. Rad obavještajnih službi u nekim zemljama je ometen manjkom povjerenja u njihovu djelotvornost i posvećenost principima demokratskog nadzora. Ovaj problem dodatno je pogoršan tamo gdje javnost nije dovoljno informisana o aktivnostima obavještajnih službi i metodama za njihovu kontrolu.

[4] Termin *užasni prizori* je neformalni termin rangiranje djela zabranjenih u Međunarodnoj konvenciji za civilna i politička prava iz 1976. godine koje tretiraju mučenje, ropstvo, rad djece, djeca-vojnici, zatim djela protiv zakonitog ratovanja, za djela koja su kulturno determinirana, a posebno izazivaju mržnju, kao *masakriranje leševa*, *seksualna eksploatacija djece* i *namjerna djela protiv kulturnog bogatstva* (Steele, 2006b: 74).

[5] Obavještajne studije su znatno razvijene u SAD-a i Kanadi, a nešto manje u Velikoj Britaniji.

Činjenica da se obavještajne službe sve češće moraju baviti globalnim međudržavnim pitanjima utjecala je na razvijanje i intenziviranje odnosa između obavještajnih službi različitih zemalja. Razmjena predstavlja preduslov za pravovremenu, obavještenu i dobro razrađenu bezbjednosnu odluku. Pored toga, eliminisanje dupliranja rada može uštedjeti značajna državna sredstva (Schreier i Stocker, 2006b).

U svakoj obavještajnoj razmjeni informacija, dva osnovna obavještajna principa igraju krucijalnu ulogu. Prvi princip je *princip treće strane* (eng. *third-party principle*). Ovo pravilo nalaže da se informacije dobijene od partnera (obično druge nacionalne obavještajne službe) nikada ne dijeli sa trećom stranom, bez eksplicitne dozvole izvora tih informacija. Drugi princip je *quid pro quo* princip, koji osigurava siguran balans između strana u razmjeni informacija. Razmjena treba da ide u oba pravca. Međutim ovo pravilo se ne odnosi sam na iznos razmjenutih informacija (kvantitet), nego i na vrijednost sadržaja (kvalitet). Bitno je naglasiti važnost da se strane u saradnji ponašaju poštujuući pravilima (eng. *playing by the rules*) Obavještajne službe se moraju striktno pridržavati predhodno spomenutih pravila *third-party principle* i *quid-pro-quo* (Hertzberger**,** 2007, str.62-63).

Müller-Wille **(**2004: 12) konstatira da se pred obavještajni sektor nameće izazov u smislu poboljšavanja saradnje među obavještajnim službama (što je u uskoj vezi sa poboljšavanjem obavještajnih metoda). Saradnja među obavještajnim službama je naravno preduvjet za razvijanje metoda koje omogućavaju obavještajnom sektoru da otkrije nove prijetnje. Osim toga, razmjena obavještajnih informacija je često neophodna za kreiranje tačnih i kompletnih procjena o potencijalu i namjerama protivnika, tj. o kapacitetu opasnosti koju predstavljaju. Moguće je da jedna agencija obuhvati cjelokupan okvir „negativaca" koji djeluju na međunarodnom planu, te aktivnosti u koje su uključeni. Puna i sveobuhvatna slika prijetnje (opasnosti) ne može se dobiti ako svaka agencija u obzir uzima samo one aktivnosti unutar svog geografskog i funkcionalnog terena. Bez razmjene obavještajnih podataka, razni sigurnosni autoriteti će vjerovatno imati i drugačije poglede i neće moći koordinirati svoje napore kako bi dobili sigurnosnu efikasnost država (vidi: Politi, 1998; Oberson, 1998; Molard, 1998; Becher, 1998).

U praksi, obavještajna saradnja može se posmatrati iz mnogo uglova: organizacijskog, financijskog, pravnog, tehničkog, političkog, kulturnog i stavova formalne saradnje, simbolizama, itd. Hertzberger (2007) ističe da je bitno identificirati aspekte koji najviše utječu na obavještajnu saradnju, te da je potrebno napraviti distinkciju između *razmjene obavještajnih informacija* i razmjene informacija, mada se često naizmjenično koriste u političkom polju. EU je inicirala razmjenu informacija.

Razlika između razmjene obavještajnih informacija (*intelligence exchange*) i dijeljenja obavještajnih informacija (*intelligence sharing*) je relevantana, pogotovo sa aspekta funkcioniranja i djelovanja Europola, čak se i

ako dva termina često koriste naizmjenično. Razmjena obavještajnih informacija (*intelligence exchange*) se odvija između dvije stranake: nacionalne policijske snage i obavještajne službe, ili nacionalne policije, obavještajne službe i Europola. Razmjena obavještajnih informacija podrazumijeva „kada su informacije primljene na obe strane" (Hertzberger, 2007: 13).

Međunarodna obavještajna saradnja (*intelligence cooperation*) ima mnoge oblike, od *ad hoc* razmjena informacija prema institucionaliziranim obavještajnim razmjenama između država. Saradnja se može pojavljivati bilateralno ili multilateralno. *Bilateralna saradnja* obično obuhvata razmjenu obavještajnih podataka i analiza koje se odnose na teme od zajedničkog interesa. Takva saradnja generalno funkcionira na bazi protivusluge, jer države nerado pružaju informacije koje mogu otkriti njihove izvore ili metode (vidi: Schreier i Stocker, 2006b: 5). *Multilateralna saradnja* se razvija kao odgovor na sljedeće izazove: (1) Koalicione snage raspoređene u operacijama za podršku miru i vojnim operacijama zahtijevaju skoro čitav asortiman ratne podrške obavještajnih službi; (2) Transnacionalna pitanja kao što su kriminal i terorizam, u kojima uspjeh jedne države koristi svima, motivira mnoge zemlje da dobiju i omoguće pristup sve širem opsegu informacija; (3) Multilateralno umrežavanje može biti presudno u razvoju međusobnih veza, modernih tehnologija i baza podataka, i u pružanju uzajamne pravne pomoći (vidi: Schreier i Stocker, 2006b: 5).

U aktuelnim dogovorima o obavještajnoj razmjeni podataka u EU, egzistiraju službene i neslužbene mreže: *Službeni dogovori* razmjene obavještajnih informacija su formalizirane mrežom obavještajne razmjene koje su ugovorili politički donosilaci odluka, obično u formi memoranduma razumjevanja ili nekog drugog pisanog ugovora. Službeni dogovori formaliziraju praksu i razmjenu informacija. *Neslužbeni dogovori* su personalni kontakti između pripadnika policije i obavještajne službe. Oni se oslanjaju na lični odnos izgrađen na povjerenju i razmjeni obavještajnih podataka kroz neformalne kanale. Ne vodi se računa koje i koliko je informacija razmijenjeno. Međutim, prilično uravnotežen odnos u razmjeni informacija je ključan za održavanje ove vrste mreža (Hertzberger, 2007).

Uglavnom na nivou EU razmjena obavještajnih informacija je formalizirana. Razmjena često ide putem elektronskih kanala, te u skladu s postupcima dizajniranim za razmjenu informacija. Neformalna razmjena se uglavnom izbjegava. Obavještajne službe vode evidenciju o informacijama koje ulaze i izlaze van. Sve informacije za razmjenu se evidentiraju i obrađuju. „Obavještajne službe izražavaju sklonost za j*edan kanal operacija* (*one channel operations*), što znači da su sve informacije dolaznih i odlaznih usluga prolazi kroz jedan kanal" (Hertzberger**,** 2007: 114; MIVD, 2006).[6]

[6] Neslužbeni dogovori u vidu neformalnih mreža postoje nezavisno od formalnih aranžmana za razmjenu informacija. Policajaci i obavještajne osoblje se ne mogu lahko

Jedan od načina na koji nacionalne obavještajne službe i sigurnosne službe razmjenjuju informacije je tzv. *ravrnopravno vrijednovanje* ili *sistemsko vrijednovanje*. Ovo *ravnopravno vrijednovanje* podrazumijeva posjete delegacija jedne nacionalne obavještajne službe i sigurnosne službe drugoj nacionalnoj obavještajnoj službi i sigurnosnoj službi.[7] U svakoj obavještajnoj razmjeni informacija, dva osnovna obavještajna principa igraju krucijalnu ulogu. Prvi princip je *princip treće strane*. Ovo pravilo nalaže da se informacije dobijene od partnera (obično druge nacionalne obavještajne službe) nikada ne dijeli sa trećom stranom, bez eksplicitne dozvole izvora tih informacija. Drugi princip je *quid pro quo* princip (više ili manje jednaka razmjena), koji osigurava siguran balans između strana u razmjeni informacija. Razmjena treba da ide u oba pravca. Međutim, ovo pravilo se ne odnosi samo na iznos razmjenutih informacija (kvantitet), nego i na vrijednost sadržaja (kvalitet). Bitno je naglasiti da se strane u saradnji profesionalno ponašaju. Obavještajne službe se moraju striktno pridržavati prethodno spomenutih pravila *princip treće strane* i *quid-pro-quo*. (Hertzberger**,** 2007: 62 - 63).

U današnjem bezbjednosnom okruženju, obavještajne službe moraju usko sarađivati kako međusobno tako i sa drugim državnim bezbjednosim službama. Međusobna saradnja predstavlja poseban izazov za velike zemlje sa većim brojem obavještajnih službi. Međutim, manje države često imaju veći broj aktera uključenih u obavještajnu djelatnost, čime se javlja potreba za optimalnom saradnjom. „U većini zemalja, centralni obavještajni mehanizmi, koje čine zvaničnici na nivou ministara ili visokih javnih službenika, odgovorni su za koordinaciju procjena državnih obavještajnih službi. Njihov rad može biti dopunjen mjerama koje osiguravaju da sve obavještajne službe imaju pristup istim bazama podataka i dokumentima, kao i česte kontakte između agencija koje rade na sličnim pitanjima“ (Schreier i Stocker, 2006b: 4).

Povećan angažman obavještajne službe da prati pitanja od međunarodne važnosti (međunarodni terorizam i organizirani kriminal) koja imaju negativne implikacije na nacionalno sigurnosno stanje, stavlja naglasak na saradnju sa drugim državnim sigurnosnim službama. „U većini demokratskih država objavještajne službe imaju ograničene nadležnosti za domaća pitanja kao što su

---

odreći mrežnih neformalnih kontakata, koja godinama izgrađuju. Neformalne aranžmane razmjene obavještajnih informacija također imaju mnoge loše strane. Obavještajne službe insistiraju na preciznom praćenju i evidentiranju koliko je razmjenjeno obavještajnih informacija. Službeni dogovori[6] su institucionalni mehanizmi razmjene informacija i imaju mnoge prednosti. Službenim dogovorima se planira sigurrna i blagovremena razmjena informacija. Ovi dogovori daju uvid kreatorima politike u informacije koje se razmjenuju, koliko često i kada se razmjenjuju. Ako se službeni dogovori nadziru propisno, oni mogu dobiti podatke o tome kako da dalje unaprijede razmjenu informacija (Hertzberger**,** 2007).

[7] Na primjer, Danska vojna obavještajna služba organizira posjetu Grčkoj vojnoj obavještajnoj službi. Kroz ove posjete se nekoliko tipova informacija mijenja, ističući savjete u različitim poljima i razmjenu najbolje prakse.

potrage, hapšenja i praćenje komunikacija. Iz ovog razloga one moraju sarađivati sa ostalim bezbjednosnim službama na svim nivoima vlasti kao što su policija, žandarmerija ili redarstvene snage, nacionalna garda, granične službe i carinske agencije“ (Schreier i Stocker, 2006b: 5).

U vezi s tim, „pojedine vladine organizacije koje se tradicionalno ne povezuju sa sigurnosnim pitanjima, kao što su ministarstva finansija, energije, trgovine, poljoprivrede, zdravlja i druge grupe, intenzivnije sarađuju sa obavještajnim službama. U nekim slučajevima obavještajna analiza može imati korist od stručnosti i iskustva ostalih vladinih službi, kao što one mogu iskoristiti ekspertizu obavještajnih službi za svoje aktivnosti“ (Schreier i Stocker, 2006b: 5).

Državna koordinacija obavještajnih aktivnosti se može potpomoći mjerama kao što su: „(1) Mehanizmi za političku koordinaciju i koordinaciju u vanrednim situacijama, kao što su komisije ili radne grupe koje funkcioniraju kao stalna ili ad hoc tijela; (2) Razmjene osoblja između službi u cilju stvaranja veza i kanala za komunikaciju i saradnju; (3) Specijalne stalne jedinice za koordinaciju među službama koje se bave posebnim pitanjima kao što su borba protiv terorizma ili krijumčarenje droge; i (4) Posebno opremljene prostorije (*Situation rooms*) za praćenje i postupanje sa vanrednim okolnostima“ (Schreier i Stocker,2006b: 5).

Saradnja obavještajnih službi na međunarodnom planu u prevenciji savremenih sigurnosnih izazova je od vitalnog značaja. Obzirom da EU formulira i implementira svoju vlastitu sigurnosnu politiku, EU treba svoju vlastitu obavještajnu podršku. Ova intencija predstavlja specifičan izazov za EU. Obavještajni sektor EU ima intenciju da razvija obavještajne službe, koje trebaju prilagoditi produkciju obavještajnih informacija potrebama EU. Ovo nije moguće bez različitih državnih i službi EU. Saradnja na obavještajnom polju je također potrebna kako bi se obavještajna podrška prenijela do raznih donosioca odluka – na državnom i nivou EU, te kako bi im se omogućilo da naprave koordinaciju između različitih instrumenata. Također, saradnja omogućava i sinhronizaciju protivmjera koje poduzimaju mnoge države članice EU. Ovakve intencije ne impliciraju automatski sklad među instrumentima na državnom i nivou EU. Ipak, razmjena saznanja je prvi korak u usklađivanju pogleda, oblikovanju i sprovođenju zajedničke politike a koristeći potencijalnu sinergiju u borbi protiv novih prijetnji.

Među najvažnijim institucionalnim subjektima na polju prevencije savremenih sigurnosnih izazova na nivou EU su: *Glavni sekretar Vijeća i visoki predstavnik za zajedničku vanjsku i sigurnosnu politiku, Glavna uprava za vanjske odnose, Politička jedinica (jedinica za planiranje i rano upozorenje), Situacijsko središte (SITCEN – Situation Centre), Vojni stožer Europske unije (EUMS – European Union Military Staff), Civilno-vojna ćelija i operativno središte, i tijelo zaduženo za sposobnost upozorenja* (WKC – *watch-keeping capability*) (vidi: *Vodič kroz europsku sigurnosnu i obrambenu politiku*, 2008: 23 - 27).

Nameće se logično pitanje, da li je na nivou EU potrebno formirati institucionalni obavještajni okvir koji će biti u funkciji realizacije ciljeva sigurnosne politike, te da li je potrebno artikulirati princip razmjene informacija između subjekata unutar obavještajnog institucionalnog okvira EU. Postoje dva osnovna modela za prekograničnu saradnju – saradnja na vertikalnom i horizontalnom nivou. Vertikalna pomoć podrazumijeva izgradnju tijela EU koje može praviti svoje vlastite procjene, te kroz koji se kanaliziraju obavještajni podaci iz nacionalnih agencija. Horizontalna kordinacija je, za razliku od predhodnog načina, konstruirana kao mreža na osnovu koje nacionalne agencije mogu napraviti direktni ili multilateralni kontakt, te razmijenjivati obavještajne informacije. Četiri agencije na nivou EU čine institucionalni obavještajni okvir EU, a to su: Satelitski centar EU (*European Union Satellite Centre* – EUSC), *Zajedničko situacijsko središte* (*The Joint Situation Centre* – JSC ili SitCen), Obavještajna divizija (INTDIV) i EUROPOL.

Satelitski centar EU je osnovan 1992. godine i kao agencija je inkorporiran u Europsku uniju 1. 1. 2002. godine. U skladu sa Evropskom sigurnosnom strategijom, Satelitski centar EU daje podršku donošenju odluka Europske unije u području zajedničke vanjske i sigurnosne politike (ZVSP), naročito evropskoj sigurnosnoj i obrambenoj politici (ESOP), uključujući operacije kriznog menadžmenta EU, pružajući, prema potrebi, produkte koji nastaju kao razultat analize satelitskih slika i prikupljenih podataka, uključujući vazdušne slike i slične usluge.[8]

Zajednički situacijski centar (*The Joint Situation Centre* – JSC ili SitCen) podržava Vijeće sa visoko kvalitetnim informacijama. Godine 1998, kada se prvi razvio ESOP nije postojala struktura koja je omogućavala državama članicama da dijele obavještajne informacije. U ranijem periodu je bilo nekih razmjena povjerljivih informacija u obliku diplomatskih telegrama. U posljednje vrijeme, SitCen je regrutirao obavještajne analitičare iz država članica i olakšana je razmjena informacija putem postavljanja sigurne komunikacijske mreže koja povezuje pet operativnih vojnih štabova. EU nema stalne operativne komande. Velika Britanija, Francuska, Njemačka, Italija i Grčka dobrovoljno nude štabove. SitCen zadaci su: (1) doprinos ranom upozorenju (u saradnji s drugim vijećima vojnih štabova), na temelju zaprimljenih materijala iz otvorenih izvora, vojne obavještajne službe, nevojnih obavještajnih i diplomatskih izvještaja; (2) provodi nadzor i procjenu situacije; (3) osigurava sredstva *snagama za krizne zadatke* (*crisis task force*), te (4) osigurava operativne tačke za kontakte Visokog predstavnika. Države članice snabdijevaju SitCen sa dvije vrste obavještajnih informacija: diplomatski izvještaji i podaci vanjskih obavještajnih službi. Vrlo osjetljivi podaci se ne dijele. Standardni izlaz ide na članove *Političkog i*

[8] Vidi: http://www.eusc.europa.eu/

sigurnosnog odbora[9] i *Vojnog odbora EU*[10]. Komisija prima materijale preko svog predstavnika iz Političkog i sigurnosnog odbora. SitCen radi 24 sata na dan od 1. 1. 2003. godine (Hause of lords, 2003: Appendix 5).[11]

Od početka 2007. godine započela je intenzivnija suradnja između *ćelije za analizu* SitCena i obavještajne skupine štaba EU, što je doprinijelo razvoju *jedinstvene sposobnosti analize i obavještajnog djelovanja*[12]. Uspostavljena sradnja obezbjeđuje analize o kontekstu operacija upravljanja kriznim situacijama EU. SitCen jednom godišnje organizira vježbu upravljanja kriznom situacijom (*Vodič kroz europsku sigurnosnu i obrambenu politiku*, 2008: 25).

Europol, na kraju, ima ulogu u razmjeni kriminalističkih i do neke mjere sigurnosnih obavještajnih podataka. Tu se dakle razmijenjuju informacije između država članica, sravnjuju i analiziraju informacije o terorizmu, trgovini drogom i drugim teškim oblicima međunarodnog kriminala. Sa zadatkom da pravi vlastitu analizu, Europol je više nego obavještajni broker. Kako skuplja i analizira informacije iz nekoliko država, od Europola se očekuje da otkrije obrasce, tačke veze između različitih krim. aktivnosti, izvuče zaključke koji mogu biti presudni u borbi protiv kriminala. U ovom smislu, treba se nadati da će podatak koji izađe iz Europola predstavljati više nego sumu ulaznih podataka. Ipak, treba naglasiti da nikakve nadležnosti nisu prenesene sa nacionalnog na nivo Europol-a, te on nije dobio nikakvu izvršnu vlast. Državni službenici još drže državne agencije, a ne Europol, odgovornim za produkciju i pružanje neophodne obavještajne podrške. Tako je do svakog državnog zvaničnika zaduženog za ove poslove da odluči da li će ili ne dati pobavještajne podatke Europol-u. Dakle, Europol predstavlja opcionalni bonus koji po slobodnoj volji mogu iskoristiti države članice (Müller-Wille**,** 2004, str. 26).

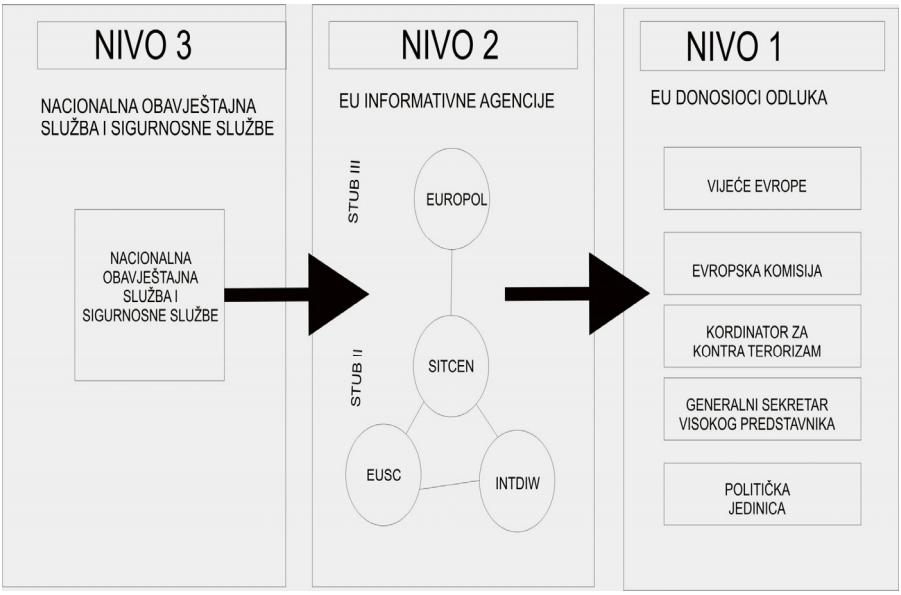
Obavještajna divizija (*The Intelligence Division*) obuhvaćala 33 osobe iz 19 zemalja članica i najveća je komponenta Vojnog štaba Europske unije (*EU Military Staff*). Obavještajnu divizuju čine tri odjellenja za politiku, zahtjeve i produkciju. *Odjel za obavještajnu politiku* (*Intelligence Policy Branch) kreira obavještajne koncepte, doktrinu, procedure i koordinira, s odgovarajućim civilnim tijelima EU, obavještajne poslove kao što su: osoblje, infrastruktura i komunikacijska pitanja*. *Odjel za zahtjeve* (*Requirements Branch)* njeguje odnos sa državama članicama EU i koordinira obavještajne aktivnosti sa EU sateliskim centrom podržavajući Vojni štab EU s posebnim osvrtom na podršku procesu pod

[9] Eng. *The Political and Security Committee* – PSC.
[10] Eng. *Military Committee of the European Union* – EUMC.
[11] Politički i sigurnosni odbor (PSC) na političkom nivou vrši nadzor aktivnosti SitCena, definira instrukcije i prioritete. Direktora imenuje Upravno vijeće središta, čiji je predsjednik glavni tajnik i visoki predstavnik, koji Vijeću podnosi izvješće o njegovom radu. Država članica, Komisija, međunarodna organizacija ili treća država mogu zatražiti od glavnog sekretara i visokog predstavnika pristup rezultatima rada Središta sukladno sa sigurnosnim pravilima koja se primjenjuju (*Vodič kroz europsku sigurnosnu i obrambenu politiku*, 2008: 28).
[12] Eng. *Single Intelligence Analysis Capacity* – SIAC.

nazivom EU ISTAR[13]. *Odjel za produkciju* (*Production Branch)* razvija povjerljive *EU Watchliste* s drugim članicama EU. Zatim vrši rano upozoravanje tijela kao što su: Policijska jedinica, SitCen i Evropska komisija. Watchlista se fokusira na područja ili pitanja od sigurnosnog značaja i predstavlja zajedničku osnovu za obavještajnu razmjenu članica EU (Vaz Antunes, 2005).

Kada se govori o međuagencijskoj razmjeni, EU samo treba regulirati razmjenu obavještajnih informacija tamo gdje su uključene njene vlatite „agencije". Dok postoje odnosi između sve tri „agencije" Evropske sigurnosne i odbrambene politike (INTDIV, EUSC i SitCen), neobično je da nema povezanosti između njih i Europola, koji je smješten u okviru trećeg stuba. Tako je od ostalih grana izolirana razmjena kriminalističkih i sigurnosnih obavještajnih informacija koja se obavlja u okviru EU. U jednu ruku to je i razumljivo, pošto se Europol fokusira na sigurnost unutar teritorije EU, dok strukture Evropske sigurnosne i odbrambene politike (ESOP) djeluju van nje. Kako EU nema izvršne funkcije za provođenje zakona van područja sporazuma, može se tvrditi da drugi stub ne treba nikakvu obavještajnu podršku za provođenje zakona. Također, „obavještajne informacije koje proizvode i drže agencije ESOP-a ne mogu dodati vrijednost na Eurpolove aktivnosti" (Müller-Wille**,** 2004: 35 – 36).

Slika br. 1. *Tok informacija u Evropskoj obavještajnoj zajednici*



Izvor: (Hertzberger, 2007: 92)

[13] Eng. ISTAR (*Intelligence* - obavještajni rad, *Surveillance* - praćenje, *Target Acquisition* – odabir mete i *Reconnaissance* - izviđanje).

Podjela unutar strukture EU otkriva striktno razdvajanje između unutrašnje i vanjske funkcije Unije kao kreatora sigurnosti i potcrtava odgovornost država za sve stvari vezane za sigurnost unutar njihove državne teritorije. EU može jedino preuzeti operativnu intervenističku ulogu i aktivno kreirati sigurnosno okruženje van granica EU, i možda duž granica EU. Unutar područja EU, uloga EU u protivdjelovanju ograničena je na podršku državnim zvaničnicima. Da bi ispunila svoje zadatke na ovih pet polja djelovanja, EU može zatrebati podršku od vojne, sigurnosne, kriminalističke ili vanjske obavještajne službe. „Podjela odgovornosti u kreiranju sigurnosnog okruženja EU slijedi logiku instrumenata i geografije. Što se tiče instrumenata, može se napraviti shematska diferencijacija između pet polja djelovanja: (1) vojno, (2) pravno (treći stub plus zakonsko pravo, policijsko i granično obezbjeđenje), (3) civilno i humanitarno (zaštita civila, deminiranje i humanitarna pomoć), (4) ekonomsko (trgovina i razvojna pomoć) i (5) političko/diplomatsko“ (Müller-Wille**,** 2004: 21).

Kada se govori o obavještajnoj podršci na nivou EU, nameće se krucijalno pitanje – do koje mjere može ići egzistirajuća funkcionalna obavještajna podrška različitih jedinica EU? Osim podrške koju dobijaju od funkcionalnih agencija (vojna, sigurnosna, kriminalistička, vanjska), tijela EU i donosioci odluka mogu također dobiti podršku od naznačenog obavještajnog okvira. Kako potrebe rastu, EUSC može dati podršku kreiranju obavještajnih podataka u funkcionalnim službama, kao i direktno donosiocima odluka. Tako on može biti aktivan kroz pet polja djelovanja. EUSC podržava svoje klijente dajući im materijale dobijene iz analize satelitskog snimanja i kolateralnih podataka, uključujući aviosnimanje. Međutim, ne treba preuveličavati mogućnosti EUSC-a. Ne samo da EUSC-u nedostaje tehnika rada, nego, uprkos što ima takav naziv, ne posjeduje niti upravlja satelitom ili drugim resursima za prikupljanje. Također je ograničen njegov kapacitet za pružanje tzv. *Real time snimke*. Dobijajući zadatke od generalnog sekretara Vijeća EU,[14] EUSC kupuje komercijalne snimke koje pravi francusko-španjsko-talijanski *Helios* I. EUSC analizira snimke, po redoslijedu prioriteta, za ESOP/ZVSP strukturu unutar Vijeća, Komisije, država članica i trećih država ili međunarodnih organizacija koje su poslale zahtijev generalnom sekretaru Vijeća EU (Müller-Wille**,** 2004: 21 - 22).

Povećanje terorističke prijetnje od 2001. godine do danas, doprinjelo je ravitku obavještajne saradnje na razine EU. Od 2004. godine, SitCen je odgovoran za analizu sigurnosnih prijetnji koje se tiču unutrašnje sigurnosti EU, sa posebnim akcentom na izradu procjena o terorističkim prijetnjama. SitCen funkcionira kao komunikacijski centar glavnog sekretara i visokog predstavnika te za posebne predstavnike EU-a. SitCen okuplja stotinjak saradnika, funkcionera Glavnog sekretarijata Vijeća i stručnjaka iz zemalja članica. Od 2007., neki od evropskih

[14] Eng. *Secretary-General of the Council of the European Union – High Representative for the Common Foreign and Security Policy* – SGHR.

funkcionera pridružili su se razradi procjena (*Vodič kroz europsku sigurnosnu i obrambenu politiku*, 2008: 25)

Što se tiče obavještajnih potreba, treba naglasiti da države članice zadržavaju punu odgovornost za svoju nacionalnu sigurnost. Danas EU nema nikakve izvršne nadležnosti da djeluje protiv novih prijetnji – unutar ili van prostora EU. Dakle, državni čelnici zavise od obavještajne podrške agencija – i to u mnogo većem obimu nego tijela EU. Naravno, Unija ne treba obavještajnu podršku za akcije koje preduzima. No sasvim je jasno da je SitCen jedina EU „agencija" koja po prirodi i zadatku traži pristup obavještajnim informacijama iz raznih vidova obavještajnih izvora, a kako bi napravio tačne vanjske obavještajne informacije. Europol je također ovisan, da bi ispunio svoj zadatak, o pristupu kriminalističkim i sigurnosnim obavještajnim informacijama. No suprotno SitCenu, ne postoji EU funkcija koja traži obavještajnu podršku od Europola. „Klijenti" Europola su državne institucije za provođenje zakona, ne nikakve EU jedinice (Müller-Wille**,** 2004: 31).

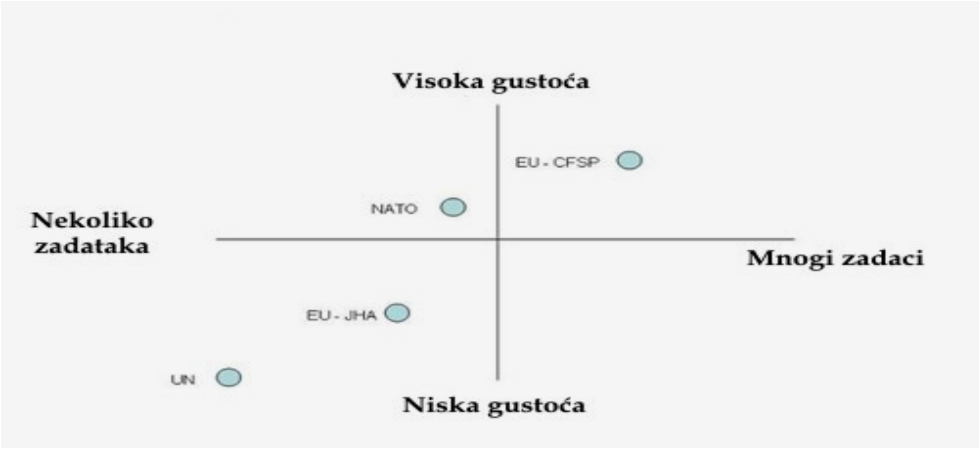
Obavještajna saradnja može značiti mnoge stvari jer je stoga razvojni proces takve saradnje složen za konceptualizaciju na određen način. Da bi zaštitili neke nivoe čuvanja, Fagersten (2007) se fokusirao na *okvir* i *dubinu*, kao dvije vitalne dimenzije saradanje. *Okvir* se definira kao brojni zadaci predmetne saradnje. U obavještajnom kontekstu, ovo bi trebalo značiti da su bilo koji krucijalni zadaci, kao obrada, prikupljanje, analiza i dostavljanje finalnih obavještajnih dokumenata predstavljeni u zajedničkoj strukturi. *Dubina* predstavlja nivo gustoće saradnje. Niska gustoća mogla bi podrazumijevati dobrovoljnu saradnju, gdje države povremeno dijele informacije o tome šta su same prikupile. Značajno udruživanje može biti jedno od mnogih izbora, ako se države opredjele za saradnju. Saradnja sa visokom gustoćom (zbijenost) podrazumijeva redovnu saradnju sa zajedničkim opredjeljenjem u izboru područja saradnje. Udruživanje će biti prirodno stanište za saradnju i države će se orijentirati u tom smjeru, kako bi adekvatno reagirale prilikom suočavanja sa savremenim sigurnosnim izazovima na tom polju. Izvedu li se ove dimenzije zajedno, dobiju se indikatori prirode multilateralne obavještajne saradnje. Koristeći ovu konceptualizaciju obavještajne saradnje, mogu se skicirati multilateralna udruživanja, kao što je predstavljeno na slijedećoj slici (Fagersten, 2007).

UN je posljednji razvio obavještajnu saradnju. Nekoliko zadataka je izvršeno na multilateralnoj bazi unutar SitCena u sjedištu UN u New Yorku, a vanjski rezultat je skroman (Fagersten, 2007; Smith 1994; Champagne 2006). Multilateralna obavještajna saradnja je uspostavljena unutar dva stuba EU – pravde i unutrašnjih poslova[15] i ZVSP-a. Od navedena dva, ZVSP se pojavljuje kao daleko najfunkcionalnije centralizirano polje politike koje se bavi

[15] Eng. *Justice and Home Affairs – JHA*

obavještajnom saradnjom. Dok saradnja unutar sigurnosnog polja samo inkorporira razmjenu nacionalnih obavještajnih informacija, ZVSP je otišao dalje. Udružene analize se dešavaju unutra svih ZVSP obavještajnih struktura. Čak se i izdavanje zaduženja dešava unutar zajedničkih struktura: SitCen i Obavještajna divizija[16] daju zadatke državama članicama šaljući im *zahtjeve za informacije*[17] i do nekog opsega SitCen može također davati zadatke vanjskim predstavnicima Zajednica i Satelitskom centru. Na kraju, čak i na embrionskom nivou, ZVSP je također uzeo u zadatak da prikuplja sa svojim Satelitskim centrom i svojim ESOP monitorima. Posmatrajući zadatke obavještajnog ciklusa, očigledno je da je obavještajna saradnja unutra ZVSP-a ambicioznija po opsegu.

Slika br. 2. *Trenutna priroda multilateralne obavještajne saradnje*



Izvor: (Fagersten, 2007: 5)

Na kraju, obavještajnu saradnju nalazimo i unutar NATO-a gdje Obavještajna divizija snadbijeva druge jedinice sa tekućim obavještajnim informacijama. Obavještajna divizija se oslanja na NATO dražave i NATO komandu jer nema nezavisnu obavještajnu funkciju prikupljanja ili kapacitete (Fagersten, 2007; NATO, 2001). Nova funkcija je *obavještajni centar spajanja*[18], otvoren 2006. u Molseworthu, Velika Britanija. Cilj obavještajnog centara spajanja ja da NATO misijama dostavlja obavještajne podatke (Fagersten, 2007; UK defence news 2006). Ipak, saradnja se još gradi na dobrovoljnosti država da dijele proizvode nacionalnog prikupljanja i analize. Donald Rumsfeld je naglasio da „nedostatak jasne prave informacije u izvođenju invazije na Irak jeste

[16] Eng. *Intelligence Division*
[17] Eng. *Requests for Information – RIF*
[18] Eng. *Intelligence Fusion Centre*

komplicirajući elemenat“ ili kao što Aldrich navodi: „Države će rado staviti neke svoje vojne snage pod udruženu komandu (NATO), ali će oklijevati da slično djeluju u području obavještajnog sistema, i radije će mnogo prije prihvatiti koordinaciju nego kontrolu“ (Aldrich 2004; Fagersten, 2007: n. str.).

Oblik saradnje o kojoj govorimo ovdje je multilateralna saradnja koja se dešava unutar uspostavljenih međuvladinih organizacija. Obavještajna saradnja također ima primjenu u okviru klubova i aranžamana bez veza sa bilo kojom formalnom međunarodnom organizacijom. Primjeri su UKUSA sporazum između anglosaksonskih zemalja,[19] Bernski klub (*Club of Berne*) koji se sastoji od 25 članica EU plus Norveška i Švicarska i Alijansina baza koju čine oficiri iz Velike Biritanije, Francuske, Njemačke, Kanade, Australije i SAD-a. (Fagersten, 2007). U tom kontekstu, Lefebvre (2003) ističe da značajnost istraživanja dinamike ovakvih ključnih sporazuma. *Dubina* ovih razmjena uglavnom se oslanja na dijeljenje uobičajne percepcije prijetnje ili seta interesa. Opseg sporazuma počiva na nivou međusobnog povjerenja među partnerima. Stoga, se mnogo više pažnje poklanja bilateralnim odnosima, posebno iz sigurnosnih razloga, što će i u budućnosti biti slučaj.

Slika br. 6. 8. može se upotrijebiti za ilustraciju razvoja precesa obavještajne saradnje. Ojačana saradnja se tako definira kao bilo kakav korak prema većem stepenu saradnje ili prema povećanju obima saradnje. Prirodno, kao što je i indicirano strelicom ispod, pojačana saradnja može također uključiti obje ove dimenzije. Ovaj proces prema pojačanoj obavještajnoj saradnji konstituira

[19] Američka NSA (*National Security Agency)* stvorila je najveći globalni špijunski sistem pod kodnim imenom ECHELON**,** koji hvata i analizira svaki telefonski poziv, fax, e-mail i telex poruku poslanu bilo gdje u svijetu. Echelon kontrolira NSA i djeluje uz saradnju: Government Communications HeadQuarters of England (GCHQ)**,** Communications Security Establishment of Canada (CSE)**,** The Australian Defence Security Directorate (DSD)**, i** Government Communications Security Bureau of New Zeland (GCBS)**.** Ta suradnja, koja je nastala iz zajedničkih napora tijekom drugog svjetskog rata u presretanju radio transmisija, formalizirana je tajnim ugovorom iz 1948. godine pod imenom UKUSA i primarno je bila usmjerena protiv SSSR-a. Ovih pet UKUSA agencija su trenutno najveće obavještajne organizacije u njihovim vlastitim zemljama. Sistem Echelon je, zapravo, vrlo jednostavno zamišljen: presretajuće stanice smještene po cijeloj planeti Zemlji da bi hvatale sve satelitske, mikrovalne i radio komunikacije preko optičkih kablova i da te informacije procesuiraju kroz veliku mrežu računala NSA, uključujući napredne programe za prepoznavanje glasa i znakova "OCR" (*optical character recognition*), tražeći ključne riječi ili fraze (poznatije kao Echelon riječnik), koje bi natjerale računala na snimanje i prosljeđivanje na daljnju obradu i analizu. Sistem radi tako što neselektivno presreće ogromne količine navedenih komunikacija, i pomoću kompjutera izabire potencijalno zanimljive poruke iz mase nezanimljivih (Vidi: http://hr-elektronika.tripod.com/echelon.htm).

prostor za sljedeće pitanje: Šta pokreće ovaj proces i zašto se on pojavljuje tako različit u raznim multinacionalnim postavkama? (Fagersten, 2007).

Obavještajnu saradnju karakterizira nepotpunost i determinirana je ograničavajućim faktorima, kao što su „različiti interesi i percepcija spoljne politike, različite pozicije u međunarodnim odnosima, pravna ograničenja, strah da se razmjenom informacija ne ugroze sopstveni izvori i ne otkriju metodi, kao i strah da druga strana ne zloupotrijebi podatke izvan postignutog dogovora“ (Gaćinović, 2006: 49). Na teorijskoj i prakseološkoj ravni pojedini autori prezentiraju skeptična promišljanja koja se temelje na maksimi „nema prijateljske obavještajne službe, samo obavještajne službe prijateljske države (Gaćinović, 2006:49; Aldrich, 2002).

Nakon terorističkog napada 11. septembra na SAD-e, princip *potrebno znati* koji je dugo egzistirao kao osnovno načelo obavještajnih službi, je postao znatno uočljiv i predmet brojnih rasprava u akademskoj, političkoj, novinarskoj i obavještajnoj sferi. Međutim, u izvještaju Komisije o tom terorističkom aktu istaknuto je da: „CIA nije obavjestila FBI da (...). Tokom Hladnog rata princip *treba da zna* previše je otvrdnuo, jer su postojala izvjesna sredstva za prikupljanje informacija koje su često bile visoko specijalizirane i često nevjerovatno osjetljive. Ovaj princip ostaje punosnažan ali broj onih koji *treba da znaju* u slučaju borbe protiv terorizma mnogo je veći nego u špijunaži. Propust da se blagovremeno obavjeste o sigurnosnim prijetnjama druga odjeljenja obavještajnih službi, druge službe (domaće i strane), druge institucije, može sa sobom nositi pitanje krivice za izgubljene ljudske živote“ (Berkowitz, 2003, Kohutiar, 2005: 22; The 9/11 Commission Report, 2004: 355 - 356).

Pravilo treće strane (ne mijenjati informacije koje se mogu mijenjati sa trećom stranom bez eksplicitnog odobrenja izvora), također, sprečava mogućnost i dobrovoljnost u razmjeni informacija na evropskom nivou. Mnoge nacionalne obavještajne službe koriste pravilo treće strane kao pravilo nerazmjenjivanja informacija na evropskom nivou. Često se dešava da se obavještajna informacija prvo razmjeni sa drugim nacionalnim obavještajnim službama. Sa ovim odugovlačenjima, pročišćena verzija obavještajnih informacija će se razmijeniti na evropskom nivou“ (Hertzberger, 2007). U obavještajnim studijama problemi ove prirode spadaju u domen političkih ograničavajućih faktora.

Pored ovih smetnji u obavještajnoj razmjeni, značajan ograničavajući faktor predstavljaju kulturne i jezičke barijere. Na nivou EU egzistiraju dvadeset i tri jezika, a kulturne razlike se odnose na poštivanje načela sigurnosne kulture. Ovakva ograničenja SE prevazilaze uspostavljanjem međusobnog povjerenja među pripadnicima obavještajne službe iste zemelje ili pripadnicima obavještajne službe dviju zemlja. Nužno je da politički centri odlučivanja i na nacionalnom i međunarodnom nivou imaju senzibiliteta za ulaganje u mjere koje će unaprijediti neformalne i personalne kontakte između policijskih i obavještajnih službenika. Lingvistički problem spada u red praktičnih problema, zbog čega nosi sa sobom

određenu funkcionalnu i finansijsku težinu. Nema svrhe nekome prenositi informacije ako ih ta osoba ne razumije. Prevod informacija ili direktna produkcija u dostupnom jeziku predstavlja ozbiljan dodatni trošak za državni budžet. Ozbiljan problem u obavještajnoj saradnji zauzima nepovjerenje. Svi oni koji se bave prikupljanjem obavještajnih informacija žele zadržati i zaštiti konspirativnost svojih izvora informacija i metode prikupljanja. Dekonspiracija izvora i metoda može imati ozbiljne implikacije na sigurnost izvora informacija, te otkrivanje interesa i intencija obavještajne službe na unutrašnjem ili vanjskom planu. Pored naznačenih poteškoća potrebno je istaći još tri koje značajno utječu na efikasnost obavještajne saradnje, a to su strah od manipulacije, zakoni o zaštiti podataka, mogućnosti međuoperiranja, posebno na različitim informacionim i komunikacijskim sistemima (npr. spelovanje korejskih, kineskih ili arapskih imena). Navedenim smetnjama Politi (1998) dodaje dugogodišnje antagonizme između država članica određenih saveza (npr. Grčka i Turska), strah manjih obavještajnih sistema od dominacije velikih obavještajnih sistema je opravdan jer je percepcija takve inferiornosti pouzrokovana brojnim primjerima iz prošlosti, kao i činjenica da EU nema jedinstvenu obavještajnu zajednicu. Politi ističe da na globalnom nivou nema razloga za zabrinutost jer se evropska obavještajna scena sastoji od skupa entita različitih veličina koje imaju intenciju pragmatične sinergije.[20]

Shodno predhodno naznačenom, obavještajna djelatnost je postojala i postojat će, mjenjali su se oblici, obim i metode u zavisnosti od konkretnog momenta i uslova, ciljevi se mjenjaju od konkretnih potreba tj. momenata, ali djelatnost kao takva ostaje, što je važno saznanje za obavještajnu službu, naročito za njenu praktičnu orjentaciju.

Stoga, redefiniranje sigurnosne politike doprinosi podizanju nivoa saradnje među zaštitnim mehanizmima sigurnosno-obavještajne mreže. S obzirom da su nosioci savremenih sigurnosnih prijetnji umreženi, potreban je organizirani, planski, sistemski i sinhronizirani umreženi pristup subjekata sigurnosno-obavještajne mreže na nacionalnom, regionalnom i globalnom planu, kako bi se efikasno, efektivno i preventivno djelovalo u cilju zaštite nacionalne / državne sigurnosti i njenih građana. Od dobro prilagođene morfologije sigurnosno-obavještajne mreže zavist će i uspješnost sprečavanja i suzbijanja nepredvidljivih mreža nedržavnih aktera koji proiciraju ugrožavanje vitalnih vrijednosti društva uopće. Ta topološka konfiguracija i dimenzija sigurnosno-obavještajne mreže sada može biti formalno-pravno, organizaciono i funkcionalno primijenjena i prilagođena savremenom sigurnosnom okruženju, s krajnjim ciljem zaštite sigurnosti, interesa, ciljeva i potreba države i njenih građana. Fleksibilnost

[20] Pajević, M, personalna komunikacija sa Jelle van Buurenom, istraživačem sa Univerziteta u Amstardamu, Nizozemska (Researcher VU University Amsterdam, Netherlands), 17. - 19. 2009. godine

sigurnosno-obavještajne mreže se crpi iz logike mrežnog rada, gdje se organizacije i institucije mogu prilagođavati i čak temeljno promijeniti (redefinirati) vlastite elemenate. Konfiguracija nove sigurnosno-obavještajne mreže apostrofira sposobnost preoblikovanja, što je odlučujuća sposobnost u društvu kojega karakteriziraju neprekidne promjene i potrebe organizacijske prilagodljivosti. Sigurnosno-obavještajne mreže se stvaraju ne samo radi razmjene informacija i provođenja zajedničkih aktivnosti, nego radi pozicioniranja subjekata kao pouzdanih partnera u mreži, koja na taj način postaje kredibilnija u očima građana i državno-političkog vrha. Takav odgovoran, profesionalan i efikasan način rada subjekata u mreži omogućava efikasniju realizuju programskih i planskih aktivnosti u cilju stjecanja komparativne prednosti države naspram suprostavljenih državnih i nedržavnih oponenata.

Literatura

1. *Knjige, časopisi i privatna korespodencija:*
2. Gaćinović, R. (2006). *Antiterorizam*. Beograd: Biblioteka „Na tragu".
3. Lefebvre S. (2003) The Difficulties and Dilemmas of International Intelligence Cooperation, *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, 16(4), 527 - 542.
4. Kohutiar, J. (2005). *Etika obavještajnog rada*. Sarajevo: (bez izdavača)
5. Pajević, M. (2007) *Metodologija obavještajnih službi i savremeni sigurnosni izazovi*. Sarajevo: Fakultet kriminalističkih nauka, neobljavljena magistarski rad.
6. Pajević, M. (2010) *Uloga obavještajne službe u prevenciji savremenih sigurnosnih izazova*. Sarajevo: Fakultet za kriminologiju, kriminalistiku i sigurnosne studije, neobljavnjena doktorska disertacija.
7. Pajević, M, personalna komunikacija sa Peter Gillom, 18. – 19. juni 2009. godine
8. Pajević, M, personalna komunikacija sa Guillama Gustav de Valkom, 17. - 19. juni 2009. godine
9. Pajević, M, personalna komunikacija sa Jelle van Buuren, 17. – 19. juni 2009. godine
10. Steele, R. D. (2006b). *The Smart Nation Act: Public Intelligence in the Public Interest.* Oakton, Virginia: OSS International Press
11. Treverton, F. G., i Jones, G. S. (2005). *Measuring National Power*. Santa Monica: RAND
12. *Vodič kroz europsku sigurnosnu i obrambenu politiku* – ESOP (2008) Francusko predstavništvo pri Političkom i sigurnosnom odboru EU-a

13. Zegart B. A. (2007). *Spying blind: the CIA, the FBI, and the origins of 9/11*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press

Izvori sa interneta:

14. Becher, K. (1998, December). „European intelligence policy: political and military requirements“. U Becher, K., Molard, B., Oberson, F., and Politi, A. (Eds). *Towards a European intelligence policy*. Chaillot Paper 34 (n. str). Institute for Security studies. EU, preuzeto 12.11.2007.god. sa http://www.iss-eu.org/

15. EU Satellite Centre (2008) Annual work programme 2008, preuzeto 3. 11. 2008. godine sa: http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/esdp/99855.pdf

16. EU Satellite Centre, http://www.eusc.europa.eu/ , preuzeto 3. 11. 2008. godine

17. Fagersten, B. (2007). Multilateral Intelligence Cooperation: A Theoretical Framework, International Security Brown Bag Seminar Open to the Public. Preuzeto 15. 12. 2008. sa http://belfercenter.ksg.harvard.edu/files/Fagersten%20theoretical%20framework.pdf

18. Hertzberger, E. (2007). Counter Terrorism Intelligence Cooperation in the European Union, UNICRI. Preuzeto 14. 12. 2008. godine sa http://www.unicri.it/wwd/security/docs/Intelligence_cooperation_EU.pdf

19. House of Lords (2003, Februar, 11) EU - Effective in a crisis?“. Select Committee on the Europen Union, 7-th Report. Preuzeto 28. 10. 2008. godine sa http://www.publications.parliament.uk/pa/ld200203/ldselect/ldeucom/53/53.pdf

20. Molard B. (1998, December) „How the WEU Satellite Centre could help in the development of a European intelligence policy“. U Becher, K., Molard, B., Oberson, F., and Politi, A. (Eds). *Towards a European intelligence policy*. Chaillot Paper 34 (n. str). Institute for Security studies. EU, preuzeto 12.11.2007.god. sa http://www.iss-eu.org/

21. Müller-Wille, B. (2003) Thinking security in Europe - Is there a European Security and Defence Identity? Doctoral Thesis. Westfälische Wilhelms Universität Münster. Preuzeto 05. 08. 2008. godine sa http://miami.uni-muenster.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-1501/dissertation.pdf

22. Müller-Wille, B. (2004, January). For Our Eyes Only? Shaping an Intelligence CommunityWithin the EU. Occasional Papers no. 50. Paris: EU Institute for Security Studies. Preuzeto 05. 08. 2008. godine sa http://www.iss-eu.org/occasion/occ50.pdf

23. NIC (2000) *Global Trends 2015*, A Dialogue About the Future with Nongovernment Experts, Washington DC: National Intelligence Council.

Preuzeto 12. 01. 2009. godine sa www.dni.gov/nic/NIC_global trends 2015.html;

24. NIC (2004) *Mapping the Global Future: Report of the National Intelligence Council's 2020 Project*, Washington DC: National Intelligence Council. Preuzeto 12. 01. 2009. godine sa: www.dni.gov/nic/NIC_2020_project.html
25. NIC (2008) Global Trends 2025: A Transformed World, Washington DC: National Intelligence Council. Preuzeto 12. 01. 2009. godine sa: www.dni.gov/nic/NIC_2025_project.html
26. Oberson, F. (1998, December) „Intelligence cooperation in Europe: the WEU Intelligence Section and Situation Centre" U Becher, K., Molard, B., Oberson, F., and Politi, A. (Eds). *Towards a European intelligence policy*. Chaillot Paper 34 (n. str). Institute for Security studies. EU, preuzeto 12.11.2007.god. sa http://www.iss-eu.org/
27. Politi, A. (1998, December) „Why is a European intelligence policy necessary?". U Becher, K., Molard, B., Oberson, F., and Politi, A. (Eds). *Towards a European intelligence policy*. Chaillot Paper 34 (n.str). Institute for Security studies. EU, preuzeto 12.11.2007.god. sa http://www.iss-eu.org/.
28. Schreier i Stocker (2006b). Savremeni izazovi za obavještajnu zajednicu. DCAF. Preuzeto 27.12. 2008. godine sa: http://www.dcaf.ch/publications/kms/details.cfm?lng=en&id=18415&nav1=5a
29. Vaz Antunes, J., N., J. (2005) Developing an Intelligence Capability, Studie in Intelligence, 49(4). Preuzeto 6. 11. 2008. godine. sa https://www.cia.gov/library/center-for-the-study-of-intelligence/csi-publications/csi-studies/studies/vol49no4/Intelligence%20Capability_6.htm

378.046.2 : 796.8

Доц. д-р **Јадран КАЛКОВСКИ**[1]

СТАТИСТИЧКАТА ОБРАБОТКА НА ПОСТИГНАТИТЕ РЕЗУЛТАТИ: ОСНОВА ЗА КВАЛИТАТИВНА КОРЕКЦИЈА НА ПРЕДМЕТНИТЕ СОДРЖИНИ И КРИТЕРИУМИТЕ ПО ПРЕДМЕТОТ СПЕЦИЈАЛНО ФИЗИЧКО

Абстракт

Студентите од Факултетот за детективи и криминалистика при Европскиот Универзитет во текот на додипломски студии поред теоретската настава од стручните предмети го слушаат и полагаат предметот Специјално физичко образование. Содржините застапени во програмата на предметот Специјално физичко дава можност студентот да ги запознае и совлада елементите од боречки вештини како што се карате, џудо и самоодбрана, но исто така големо внимание е насочено кон подобрувањето на општата физичка подготвеност. Со оглед дека Факултетот за детективи и криминалистика е млад факултет наставните содржини за 1 и 2 година не се имуни на соодветни корекции. Промените треба се насочени кон подобрувањето на квалитетот на наставата, анимирање на студентите за редовноста на наставата со квалитетно презентирање на содржините и создавање реални параметри за вреднување на постигнатите резултати. Исто така искуството стекнато во претходните две студиски години да бидат добра основа за изработка на квалитетна тренажна програма за студентите од 3 година.

Клучни зборови: *фреквенција, групирање, резултат, репетиција, Т-тест, разлика.*

1. Вовед

Со запишување нови студенти во прва студиска година се наметнува проблем на алармантно ниско ниво на моторика и физичка подготвеност. При ваквата состојба со детектирање на овој проблем треба со големо внимание да се пријде при иработка на тренажните програми. Пред сé се бара таков модул кој на студентите со послаба физичка подготвеност и послабо изградена моторика ќе овозможи активно учество во реализација на истата, но исто така за студентите со подобра физичка подготвеност и изградена моторика да не придонесува за стагнирање.

[1] *Факултет за детективи и криминалистик,* Европски универзитет - Скопје

Предметните содржини со својата програма им дава можност на студентите перманентна активност во текот на студиската година. Програмата дава можност да се совладаат елементите од боречките вештини од џудо, карате и самоодбрана, но исто така и од општата физичка подготвеност. Во програмата за општата физичка подготвеност се застапени содржините: за развивање на експлузивната сила на рацете и раменскиот појас, силата на абдоминалната мускулна регија, експлозивна сила на долните екстремитети, брзинската (анаеробна), општата (аеробна) издржливост и вежби за развивање на координација во простор.

Со примена на одредени тестови на постигнатите резултати ажурирани како влезни и финални параметри даваат доволен квантум информации во создавањето рамка за примена на одредени корекции за усовршување на наставата. Консултирајќи ги влезните и финалните информации од тестовите се добиваат параметри со кои во иднина може да се корегира постоечката тренажна програма насочена кон подобрувањето на перфомансите на студентите. Начинот на оценувањето на студентите кое се спроведува преку колоквиуми дава можност да се детектираат слабостите на трнажната програма а со тоа и да се интервенира со соодветни корекции насочени кон подобрувањето на квалитетот на тренажните програми за наредните колоквиуми.

2. МЕТОД НА РАБОТА

Ажурирани се постигнати резултати од 143 студенти (94 од машки пол и 49 од женски пол) од прва и втора година на додипломски студии. кои се постигнати во првиот, вториот и третиот колоквиум. Од прва година ажурирани се резултати од 61 студент од машка и 20 студенти од женска популација и од втора година 33 студенти од машка и 29 студенти од женска популација.

За проценка на физичката подготвеност користени се 4 теста:

- експлозивна сила на рацете и раменскиот појас - склекови;
- експлозивна сила на стомачните мускули (абдоминалната мускулна регија) – стомачни подигања;
- експлозивна сила на долните екстремитети – скок во далечина од место и
- брзинската издржливост – трчање 11 м x 24 = 264 метра.

Примената на овие тестови и повратните информации во целост ги задоволуваат барањата за изработка на квалитетни инструменти за вреднување на постигнатите резултати. Но исто така, имаат и големо

влијание во креирањето на програмските содржини и даваат насоки дали и колку треба да се корегираат дозирањето и оптоварувањето.

3. АНАЛИЗА НА ПОСТИГНАТИТЕ РЕЗУЛТАТИ

Студентите од прва и втора додипломска година се поделени на две групи. По случаен избор изедначен е бројот на испитаниците во групите.

Во прва група (1 година) ажурирани се 29 студенти од машки пол и 16 студенти од женски пол, исто така во втора група (2 година) ажурирани се 29 студенти од машки пол и 16 студенти од женски пол.

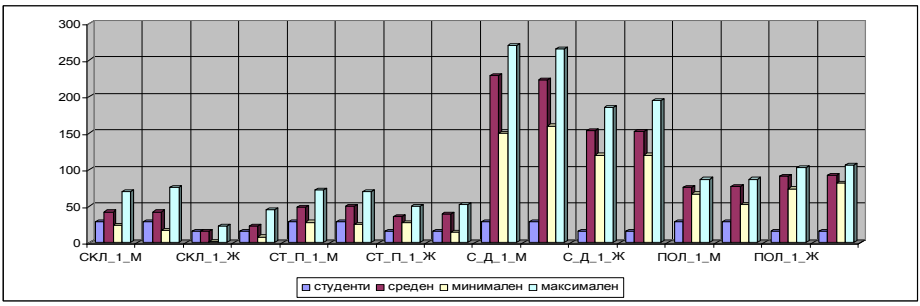
Со примена на основната статистичка обработка (Табела бр.1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 и 9) преку минималниот, средниот, максималниот постигнат резултат и фреквенцијата на постигнатите резултатите презентирани се основни параметри за донесување првични заклучоци за разликите помеѓу групите испитаници. Добиените показатели од примената на Т- тестот даваат можност за констатација дали има и колку се манифестираат значајните разлики помеѓу испитаниците од прва и втора група.

Основни статистички параметри:

Табела бр.1

Основна дескриптивна статистика				
	студенти	средна вредност	минимум	максимум
СКЛ.1.М	29	42,24	24	70
СКЛ.2.М	29	42,28	17	76
СКЛ.1.Ж	16	15,94	2	23
СКЛ.2.Ж	16	22,63	8	45
СТ.П.1.М	29	48,41	28	72
СТ.П.2.М	29	49,55	25	70
СТ.П.1.Ж	16	36,19	27	50
СТ.П.2.Ж	16	39,63	15	52
С.Д.1.М	29	229,31	150	270
С.Д.2.М	29	223,10	160	265
С.Д.1.Ж	16	153,75	120	185
С.Д.2.Ж	16	152,50	120	195
ПОЛ.1.М	29	75,69	67	87
ПОЛ.2.М	29	77,34	52	87
ПОЛ.1.Ж	16	91	74	103
ПОЛ.2.Ж	16	92,19	82	106

Графикон за Табела бр.1



Движење на фреквенцијата со групирањето на испитаниците на постигнатите резултати (Табела бр.2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 и 9)

Консултирајќи ја Табелата бр.2 најголемо групирање на испитаниците се движи околу резултатот од 30 – 40 (51.72 %) склека од прва група (1 година) и од 40 -50 (51.72 %) склека од втора група (2 година) за машката популација.

Табела бр.2

СКЛ.1.М	студенти	%
10 < x <= 20	0	0
20 < x <= 30	3	10.34
30 < x <= 40	15	51.72
40 < x <= 50	5	17.24
50 < x <= 60	2	6.90
60 < x <= 70	4	13.79

СКЛ.2.М	студенти	%
10 < x <= 20	1	3.45
20 < x <= 30	2	6.90
30 < x <= 40	6	20.69
40 < x <= 50	15	51.72
50 < x <= 60	4	13.79
60 < x <= 70	0	0
70 < x <= 80	1	3.45

Консултирајќи ја Табелата бр.3 најголемо групирање на испитаниците се движи околу резултатот од 15 – 20 (43.75 %) склека од прва група (1 година) и од 20 -25 (31.25 %) склека од втора група (2 година) за женската популација.

Табела бр.3

СКЛ.1.Ж	студенти	%
	0	0
0 < x <= 5	1	6.25
5 < x <= 10	2	12.5
10< x <= 15	3	18.75
15< x <= 20	7	43.75
20< x <= 25	3	18.75

СКЛ.2.Ж	студенти	%
0 < x <= 5	0	0
5 < x <= 10	3	18.75
10 < x <= 15	0	0
15 < x <= 20	3	18.75
20< x <= 25	5	31.25
25 < x <= 30	4	25.00
30 < x <= 35	0	0
35 < x <= 40	0	0
40 < x <= 45	1	6.25

Перцепирајќи ги постигнатите резултати од Табела бр.4 најголема фреквенција и групирање на испитаниците од машки пол за прва група (1 година) е од 40 до 50 (37.93 %) стомачни подигања и за втора група (2 година) од 50 до 60 (37.93 %) подигања.

Табела бр.4

СТ.П.1. М	студенти	%
20< x <= 30	2	6.90
30 < x <= 40	6	20.69
40 < x <= 50	11	37.93
50 < x <= 60	6	20.69
60 < x <= 70	2	6.90
70 < x <= 80	2	6.90

СТ.П.2. М	студенти	%
20 < x <= 30	3	10.34
30 < x <= 40	2	6.90
40 < x <= 50	9	31.03
50 < x <= 60	11	37.93
60< x <= 70	4	13.79

Од Табела бр.5 најголемо групирање на испитаниците се движи околу резултатот од 35 – 40 (43.75 %) стомашни подигања од прва група (1 година) и од 40 - 45 (25.00 %), од 45 – 50 (25.00%) стомашни подигања од втора група (2 година) за женската популација.

Табела бр.5

СТ.П.1. Ж	студенти	%
20 < x <= 25	0	0
25 < x <= 30	4	25.00
30 < x <= 35	3	18.75
35 < x <= 40	7	43.75
40 < x <= 45	0	0
45 < x <= 50	2	12.5

СТ.П.2. Ж	студенти	%
10 < x <= 15	1	6.25
15 < x <= 20	0	0
20 < x <= 25	1	6.25
25 < x <= 30	1	6.25
30 < x <= 35	3	18.75
35 < x <= 40	1	6.25
40 < x <= 45	4	25.00
45 < x <= 50	4	25.00
50 < x <= 55	1	6.25

Консултирајќи ја Табелата бр.6 најголемо групирање на испитаниците се движи околу резултатот од 200-220 (34.48 %) и 220 – 240 (34.48 %) сантиметри за прва група (1 година) и од 220-240 (27.59 %) сантиметри за втора група (2 година) од машката популација.

Табела бр.6

СДМ.1.М	студенти	%
120 < x <= 140	0	0
140 < x <= 160	1	3.45
160 < x <= 180	0	0
180 < x <= 200	0	0
200 < x <= 220	10	34.48
220 < x <= 240	10	34.48
240 < x <= 260	7	24.14
260 < x <= 280	1	3.45

СДМ.2.М	студенти	%
140 < x <= 160	1	3.45
160 < x <= 180	0	0
180 < x <= 200	7	24.14
200 < x <= 220	6	20.69
220 < x <= 240	8	27.59
240 < x <= 260	5	17.24
260< x <= 280	2	6.90

Перцепирајќи ги постигнатите резултати од Табела бр.7 најголема фреквенција и групирање на испитаниците од женски пол за прва група (1 година) е од 140 до 150 (25.00 %) сантиметри и за втора група (2 година) од 140 – 150 (25 %), од 160 до 170 (25.00 %) сантиметри.

Табела бр.7

СДМ.1.Ж	студенти	%
110 < x <= 120	1	6.25
120 < x <= 130	2	12.5
130 < x <= 140	1	6.25
140 < x <= 150	4	25.00
150 < x <= 160	3	18.75
160 < x <= 170	2	12.5
170 < x <= 180	1	6.25
180 < x <= 190	2	12.5

СДМ.2.Ж	студенти	%
110 < x <= 120	1	6.25
120 < x <= 130	1	6.25
130 < x <= 140	3	18.75
140 < x <= 150	4	25.00
150 < x <= 160	1	6.25
160 < x <= 170	4	25.00
170 < x <= 180	1	6.25
180< x <= 190	0	0
190 < x <= 200	1	6.25

Од Табела бр.8 најголемо групирање на испитаниците се движи околу резултатот од 70 – 75 (41.38 %) секунди од прва група (1 година) и од 75 -80 (31.03 %) секунди од втора група (2 година) за машка популација.

Табела бр.8

ПОЛ.1.М	студенти	%
60 < x <= 65	0	0
65 < x <= 70	3	10.34
70 < x <= 75	12	41.38
75 < x <= 80	9	31.03
80 < x <= 85	4	13.79
85 < x <= 90	1	3.45

ПОЛ.2.М	студенти	%
45 < x <= 50	0	0
50 < x <= 55	1	3.45
55 < x <= 60	0	0.00
60 < x <= 65	1	3.45
65 < x <= 70	3	10.34
70 < x <= 75	5	17.24
75 < x <= 80	9	31.03
80 < x <= 85	7	24.14

Перцепирајќи ги постигнатите резултати од Табела бр.9 најголема фреквенција и групирање на испитаниците од женски пол за прва група (1 година) е од 85 до 90 (31.25 %) секунди и за втора група (2 година) од 90 до 95 (37.50 %) секунди.

Табела бр.9

ПОЛ.1.Ж	студенти	%
70 < x <= 75	1	6.25
75 < x <= 80	1	6.25
80 < x <= 85	1	6.25
85 < x <= 90	5	31.25
90 < x <= 95	3	18.75
95 < x <= 100	3	18.75
100 < x <= 105	2	12.50

ПОЛ.2.Ж	студенти	%
75 < x <= 80	0	0
80 < x <= 85	3	18.75
85 < x <= 90	3	18.75
90 < x <= 95	6	37.50
95 < x <= 100	2	12.50
100 < x <= 105	0	0.00
105 < x <= 110	2	12.50

Примената на Т-тестот кај сите инструменти (тестови) овозможи да се согледаат можните разлики помеѓу групите кај машката и женската популација:

Консултирајќи ја Табелата бр.10 може да се констатира дека нема знаќајни разлики помеѓу прва и втора група од машка популација за проверка на експлозивна сила на раце и раменскиот појас (склекови), кое е на ниво од p = 0,99.

Табела бр.10

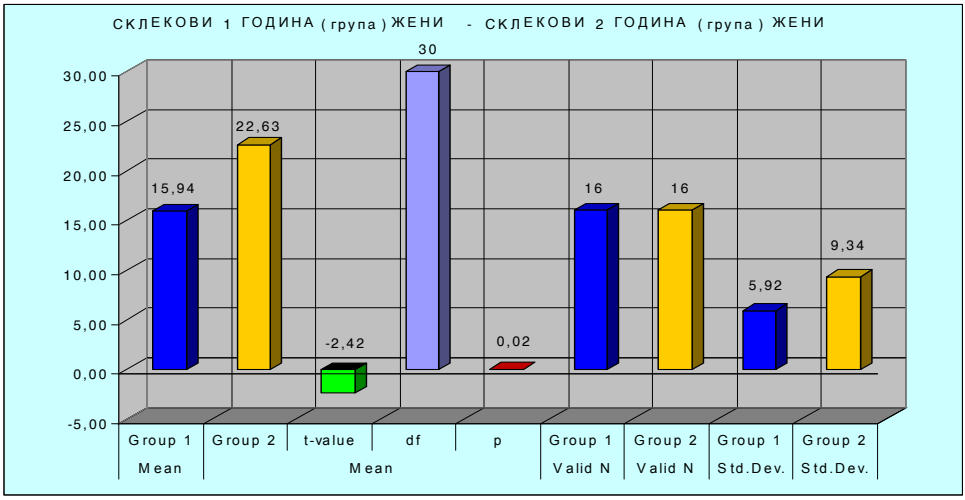
T-test	Mean Group 1	Mean Group 2	t-value	df	p	Valid N Group 1	Valid N Group 2	Std.Dev. Group 1	Std.Dev. Group 2
СКЛ. 1. М СКЛ. 2. М	42.24	42.28	-0.01	56	0.99	29	29	13.00	11.29

Перцепција на Табела бр.11 укажува дека има знаќајни разлики помеѓу прва и втора група кое е на ниво од p = 0,02, кај женската популација при проверката на експлозивна сила на рацете и раменскиот појас (склекови).

Табела бр.11

T-test	Mean Group 1	Mean Group 2	t-value	df	p	Valid N Group 1	Valid N Group 2	Std.Dev. Group 1	Std.Dev. Group 2
СКЛ. 1. Ж СКЛ. 2. Ж	15.94	22.63	-2.42	30	0.02	16	16	5.92	9.34

Графикон за Табела бр.11



Опсервирајќи ја Табелата бр.12 може да се констатира дека нема значајни разлики меѓу прва и втора група од машка популација за проверка на репететивна сила на абдоминалната мускулна регија (стомашни подигања) , кое е на ниво од p = 0,71.

Табела бр.12

T-test	Mean Group 1	Mean Group 2	t-value	df	p	Valid N Group 1	Valid N Group 2	Std.Dev. Group 1	Std.Dev. Group 2
СТ. П. 1. М СТ. П. 2. М	48.41	49.55	-0.37	56	0.71	29	29	12.34	11.11

Перцепција на Табела бр.13 укажува дека нема знаќајни разлики помеѓу прва и втора група кое е на ниво од p = 0,27, кај женската популација при проверката на репететивна сила на абдоминалната мускулна регија (стомашни подигања).

Табела бр.13

T-test	Mean Group 1	Mean Group 2	t-value	df	p	Valid N Group 1	Valid N Group 2	Std.Dev. Group 1	Std.Dev. Group 2
СТ. П. 1. Ж СТ. П. 2. Ж	36.19	39.63	-1.13	30	0.27	16	16	6.30	10.39

Опсервирајќи ја Табелата бр.14 може да се констатира дека нема знаќајни разлики помеѓу прва и втора група од машка популација за проверка на експлозивната сила на долните екстремитети (скок во далечина од место), кое е на ниво од p = 0,33.

Табела бр.14

T-test	Mean	Mean				Valid N	Valid N	Std.Dev.	Std.Dev.
	Group 1	Group 2	t-value	df	p	Group 1	Group 2	Group 1	Group 2
С. Д. 1. М С. Д. 2. М	229.31	223.10	0.99	56	0.33	29	29	22.94	24.73

Консултирајќи ја Табелата бр.15 може да се констатира дека нема знаќајни разлики помеѓу прва и втора група од женска популација за проверка на експлозивната сила на долните екстремитети (скок во далечина од место), кое е на ниво од p = 0,86.

Табела бр.15

T-test	Mean	Mean				Valid N	Valid N	Std.Dev.	Std.Dev.
	Group 1	Group 2	t-value	df	p	Group 1	Group 2	Group 1	Group 2
С. Д. 1. Ж С. Д. 2. Ж	153.75	152.5	0.17	30	0.86	16	16	20.62	20.08

Перцепција на Табела бр.16 укажува дека нема знаќајни разлики помеѓу прва и втора група кое е на ниво од p = 0,34 кај машката популација при проверката на тестот за брзинска издржливост (трчање 11м x 24).

Табела бр.16

T-test	Mean	Mean				Valid N	Valid N	Std.Dev.	Std.Dev.
	Group 1	Group 2	t-value	df	p	Group 1	Group 2	Group 1	Group 2
ПОЛ. 1. М ПОЛ. 2. М	75.69	77.34	-0.97	56	0.34	29	29	4.83	7.83

Опсервирајќи ги добиените параметри од Табела бр.17 може да се констатира дека нема знаќајни разлики помеѓу прва и втора група од женска популација за проверка на тестот за брзинска издржливост (трчање 11м x 24), кое е на ниво од p = 0,66.

Табела бр.17

T-test	Mean	Mean				Valid N	Valid N	Std.De.	Std.De.
	Group 1	Group 2	t-value	df	p	Group 1	Group 2	Group 1	Group 2
ПОЛ. 1. Ж ПОЛ. 2. Ж	91	92.19	-0.45	30	0.66	16	16	7.73	7.34

4. Заклучок

Параметрите произлезени од статистичката обработка на постигнатите резултати укажуваат дека предметните содржини за 1, 2, 3 и 4 семестар вака концепирани во тренажните програми за општата физичка подготвеност за прва и втора година на додиплоските студии за студентите од Факултетот за детективи и криминалистика применети во пракса во целина се оправдани.

Од застапените тестови за проверка на физичката подготвеност на студентите не се манифестираат статистички значајни разлики помеѓу групите сем кај тестот за проценка за експлозивната сила на рацете и раменскиот појас кај групата студенти од женска популација. Детектирајќи ја ова информација може да се констатира дека со соодветна корекција во дозирањето и оптоварувањето во тренажниот микро циклус кај групата од женската популација може да доведе до позитивен тренд во анулирањето на разликите на постигнатите резултати. Односно детектираните информации ја даваат вистинската насока кон која треба да се насочат содржините на тренажните програми во подобрувањето на перфомансите на студентите од машка и женската популација по предметот Специјално физичко за трета година. Овие сознаниа треба максимално да се применат во текот на самата настава, односно не треба само да се констатираат разликите, туку истите да имаат влијание за корекција врз веќе изработени тренажни програми. Со тоа ќе се ослободиме од стегите на стереотипност, со можност сите нови сознаниа да се инплементираат во содржините на тренажните програми. Со ваков пристап во користењето, презентираните информации ќе станат битен сегмент во дефинирањето на тестовите, односно потврда за нивната репрезентативност перцепирана преку нивната стабилноста, валидност и објективност.

Крајна цел се придобивките изразени со квалитетот во наставата, повисок степен на физичката подготвеност на студентите но исто така и квантум на моторичката димензија.

STATISTICAL DATA PROCESSING: BASIS FOR QUALITATIVE CORRECTION OF CONTENT AND CRITERIA OF THE SPECIAL PHYSICAL SUBJECT

Abstract

Apart from theoretical lectures, the students pursuing undergraduate studies at the Faculty of Detectives and Criminology at the European University also attend and need to pass the exam for the subject of Special Physical Education. The curriculum content of the Special Physical Education subject gives students the opportunity to discover and learn the elements of various martial arts, such as karate, judo, and self-defense.

At the same time, particular attention is paid to improving students' general physical condition. As the Faculty of Detectives and Criminology is relatively new, its first and second year curricula are not immune to appropriate changes.

Of course, these changes should aim at improving the quality of lessons, motivating students to attend the lessons regularly by presenting the curriculum as best as possible and establishing realistic parameters for evaluating students' results. Also, the experience gained throughout the previous two years should be a good basis for preparing a good training program for the students in their third year of studies.

Key words: *frequency, grouping, result, repetition, T-test, difference*

Литература

1. Bala, G., STATISTIKA – logicke osnove metoda za analizu podataka iz istrazivanja u fizickoj kulturi, N.Sad, 1986.
2. Спасов, Ѓ., Спорт и кондиција, Скопје, 1996.
3. Спасов, Ѓ., Теорија и методика на спортскиот тренинг, Просветно дело, Скопје, 1991.
4. Kurelic,N., Momirovic, K., Stojanovic, M., Sturm, I., Radojevic, D., Stalec – Viskic, N., Struktura i razvoj morfoloskih i motorickih dimenzija omladine, Beograd, Institut za naucna istrazivanja, Univerzitet u Beogradu, Fakultet za fizicko vaspitanje, 1975.
5. Verhosanski, I.J., Razvoj snage u sportu, Beograd, NIP Partizan, 1979.
6. www.bh.trening.com, sport transformation, izdrzlivost.
7. www.bh.trening.com, sport transformation, fleksibilnost.
8. www.bh.trening.com, sport transformation, brzina.
9. www.bh.trening.com, sport transformation, pliometrija.
10. www.bh.trening.com, sport transformation, snaga.
11. www.bh.trening.com, sport transformation, testovi.
12. www.savremeni sport.com

502.175(100)

Доц. д-р **Викторија КАФЕЏИСКА**

ГЛОБАЛНОТО ЗАГАДУВАЊЕ НА ЗЕМЈАТА И БЕЗБЕДНОСНИТЕ ПРАШАЊА ПОВРЗАНИ СО ЕКОЛОГИЈАТА, ФАКТОРИ ВО МЕЃУНАРОДНИТЕ ОДНОСИ

Апстракт

Клучното прашање кое денес се поставува во меѓународните односи, е колку загрозената животна средина може да влијае на безбедноста? Дали намалувањето на ресурсите како што се чистата вода и обработливата почва предизвикуваат меѓудржавни војни за ресурси, а масовната миграција поради еколошки проблем води до конфликти меѓу групите со различен идентитет, а особено до етнички судири. Големата ограниченост на природните ресурси ја зголемува економската депривација, го нарушува нормалното функционирање на клучните институции и како последица на тоа, директно придонесува за граѓански немири и кризи на авторитетот. Затоа, темите за меѓународните односи, животната средина треба да ја стават во релација со светските политики, не само зашто се директно врзани со економијата , туку зашто стимулираат конфликти, поттикнати од искористување на ресурсите. Сите овие дилеми се директно поврзани, со војната, идентитетот и кризите на авторитет, клучни теми во денешните глобални меѓународни односи.

Клучни зборови: *глобално загадување, ресурси, конфликти, меѓународна безбедност*

Доколку земјата стане негостопримлива за човековото присуство,тоа пред се, ќе се должи на тоа што ние сме го изгубиле нашето чувство на почит кон неа и кон живиот свет кој ја населува, и нашето чувство на благодарност, како и на нашата неволност да го признаеме светиот карактер на местото во кое живееме, на нашиот капацитет да создадеме восхитувачки, божествен квалитет во секоја област на нашиот земски живот.

Томас Бери, *Соноќ на земјата* (1998)

1. Глобални состојби во животната средина

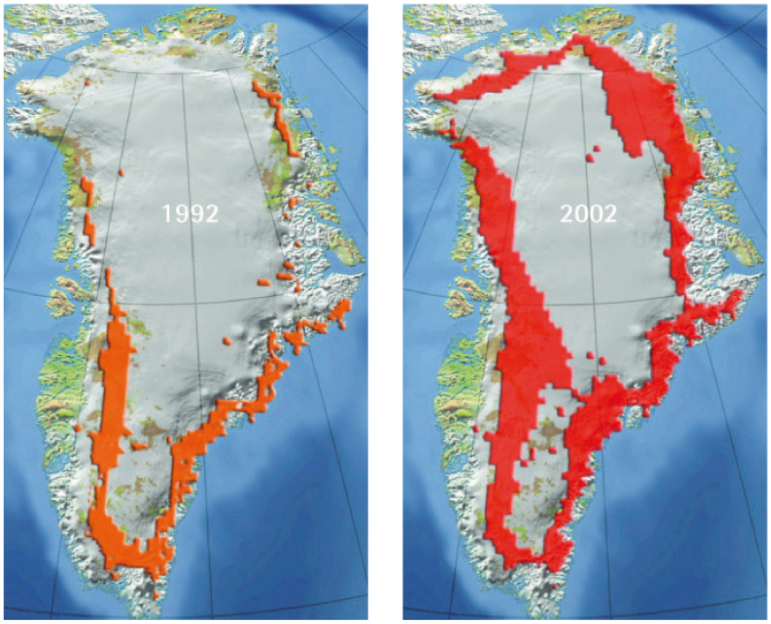
Многумина не се подготвени во овој век на светски глобализацики трендови, да зборуваат за еколошките проблеми и воопшто за прашањата за ресурсите, како дел од меѓународните односи. Напротив, екологијата и заштитата на животната средина се доживува како посебна научна дисциплина, но факт е дека, токму во ова област се отвараат неколку клучни прашања во доменот на меѓународните односи, а тоа се:

- Определување на ресурсите како колективни или јавни добра
- При тоа имајќи ја предвид безбедноста на сите човечки суштества, но не од аспект на националната или државната безбедност

Сите се согласуваат дека заштитата на човековата околина е возможна само со колективно дејствување, но дали животната средина е проблем на националната или меѓународната безбедност? Треба ли да се разгледуваат генерално земено, проблемите на човештвото во целина, а не на било која држава одделно? Дали ООН треба да донесат еден план, притоа имајќи ги предвид спецификите на секоја земја? Најодзади, ако ова биде прифатено, дали тоа не е во спротивност со одредбите за одлучување на секоја држава, односно во нарушување на основното право за немешање во внатрешните работи на суверената држава?

За да се одговорат ваквите прашања, потребно е носење на одлуки, но кога станува збор за заштитата на човековата околина и еколошките закани кои се јавуваат бавно, се бара голема визија при разрешувањето на политичките дилеми. Дневно растргнати со државнички проблеми, лидерите на земјите само во инцидентни случаи размислуваат за екологијата, а природата е немилосрдна и си ја наплатува цената. Секојдневно слушаме за поплави како последица на глобалното затоплување, лизгање на земјиштето кое однело многу животи. Главните еколошки проблеми се наброени во Еколошката програма на ОН (УНДП) *(UNEP, 2002)* , а тоа ќе помогне да се даде нивен краток преглед.

Figure 2.20 Seasonal melting of the Greenland Ice Sheet



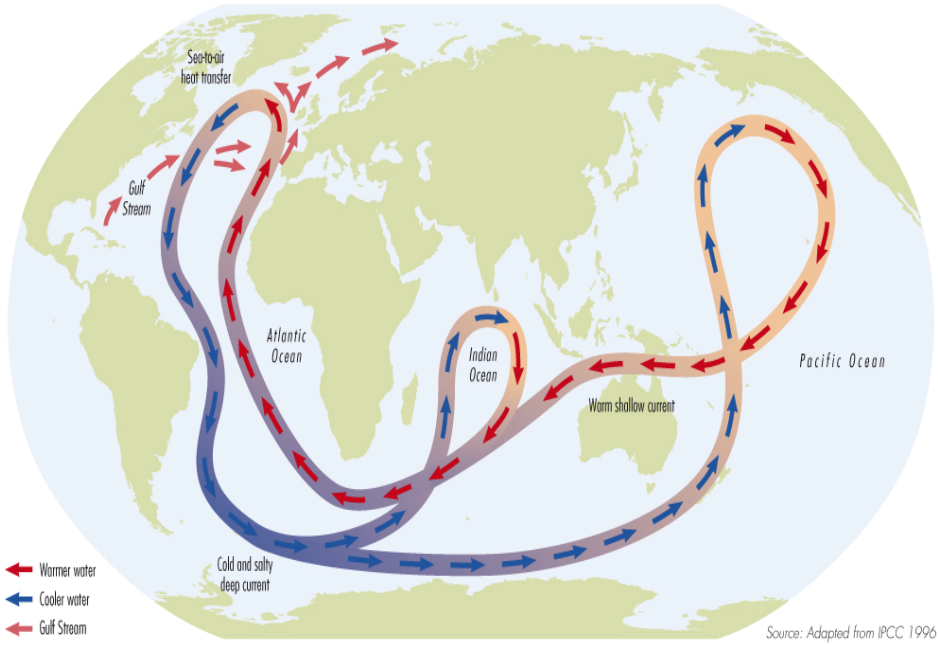
Note: The areas in orange/red are the areas where there is seasonal melting at the surface of the ice sheet.

Source: Steffen and Huff 2005

Речиси пред дваест и пет години, за прв пат, се слушна за озонската дупка, а до денешен ден не се намалува големината и значењето на дебатите кои се водат по овој повод. Уништувањето на озонската обвивка е крајно опасна по здравјето на луѓето, бидејќи штетните зраци полесно допираат до земјата, предизвикувајќи рак на кожата, намален имунитет, пораст на очните заболувања, слаби приноси во земјоделството и т.н. Седумдесетите години од минатиот век се сметаше, дека азотните оксиди од ѓубривата и хлорофлуоро-карбонатитее (ХФК) се распаѓаат во атмосферата, ослободувајќи хлор што го оштетува озонот. Бројни договори на меѓународен план имаа за цел да го елиминираат присуството на овој штетен гас, но веќе произведенетите количини (на пример фреонот во фрижидерите, клима уредите и дезодорансите кои не можеа да бидат уништени) продолжија да исфрлаат штетни гасови во атмосферата. Прв договор, насочен кон заштита на озонската обвивка се смета Виенската конвенција, а во Монтреалскиот протокол од 1987 се наведени некои специфични обврски, но треба да се каже дека, ова не беше доволно да се намалат проблемите со озонската обвивка. Ова е уште позначајно ако се има предвид големат потрошувачка на нафта , гас, јаглен и дрво (особено во развиените индустриски земји). Согорувањето на овие горива придонесува кон појавата на киселеи дождови, кои кога ќе паднат на земјата ја зголемуваат киселоста на почвата езерата, водите, предизвикувајќи помор на рибите, уништување на растителниот свет. За да се намали загадувањето, државите превземаа одредени чекори за намалување на атмосферското загадување (намалување на исфрлањето на

сулфур од фабричките оџаци, а во областите погодени од киселите дождови во езерата ставаа калциум карбонати) со што научниците се обидуваа да се справат со овој проблем, сакајќи да го намалат гневот на природата, упатен кон нас, не одговорните жители на планетата, кои забораваме дека за овие прашања нема да има одбрана со национални војски и доктрини, нема да има сигурни и заштитени области. Напротив, гневот на природата сите ќе не погоди, а империјата наречена земја, овој пат, не ќе може да го врати ударот. Согорувањето на јаглеродородните горива придонесува кон уште поголемо загадување, а тоа создава значителни климатски промени. Денеска, како во ретко која област, научниците се согласни, дека ова согорување придонесува кон зголемување на вкупниот јаглеродиоксид во атмосферата создавјќи го т.н. ефект на стаклена градина. Со сечењето на дождовните шуми и воопшто шумското богатство, се уништуваат белите дробови на планетата. Во едно апокалиптично сценарио не е тешко да се замисли денот кога надојдените води во одделни региони ќе го поплават земјоделското земјиште, а со тоа ќе го уништат родот, додека во други делови на Земјата, може да се создадат пустини. Според секторот за климатски промени на САД, доколку температурата се зголеми само за 2 целзиусови степени, можно е подигнување на нивото на морињата, голем пад во производството на храна, недостиг на вода, трајно оштетување на еко ситемите и секнување на голфската струја, која е причина за умерената клима во Европа.

Figure 4.2 The Global Ocean Conveyor



Обидувајќи се да ги истакне несигурностите Џ.Д. Томсон укажува на отежнувањето при носењето на одлуки (*Thompson J.D. 1967*). Неговите погледи применети на еколошките проблеми, значат несигурност кај научниците во врска со можните исходи и причините за глобалното затоплување, што пак, може да значи дека е тешко, ако не и невозможно, да се постигне глобален политички консензус што да се прави, имајќи предвид, дека можните излезни решенија се многу скапи.

Појасен е ставот на научниците околу уништувањето на озонската обвивка, што го олесни и начинот на примената на решенијата во веќе споменатиот Монтреалски протокол, постигнувајќи на тој начин извесен политички консензус. На половина од глобалното затоплување и уништувањето на озонската обвивака, се наоѓа проблемот со киселите дождови.

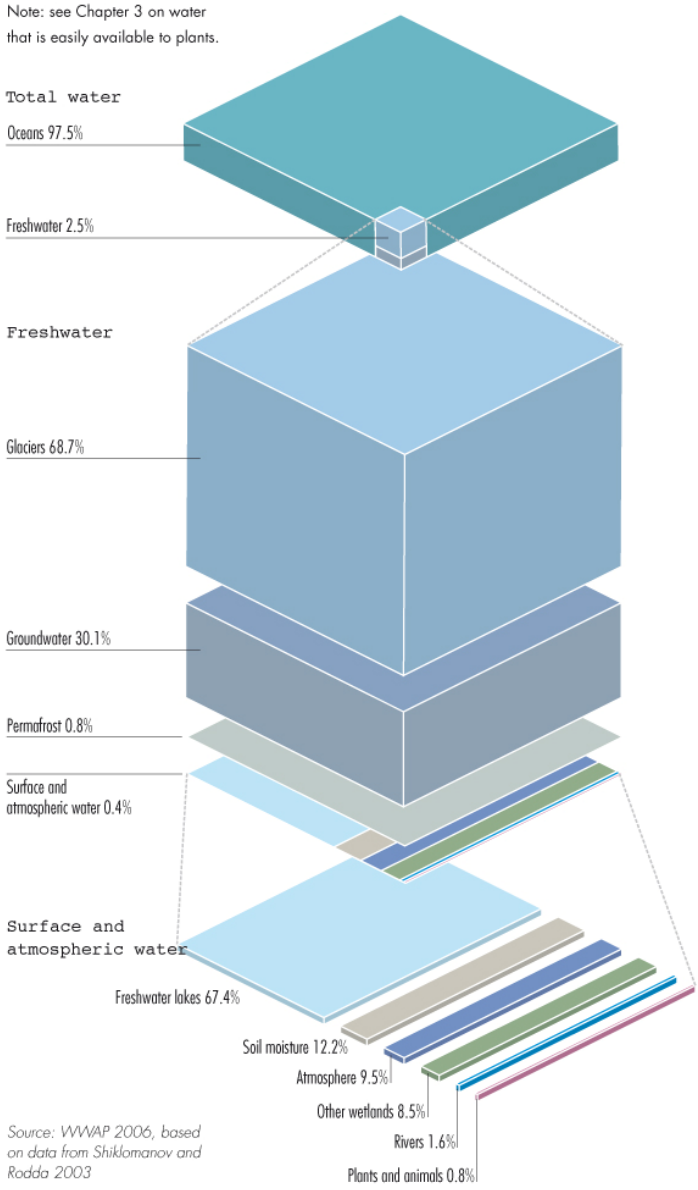
Еден од растечките проблем во светот е, како да се обезбеди храни за дополнителни 2 милјарди луѓе, за колку што се проценува растот на населението во последниве триесетина години. Растечката потреба за храна, придонесува за уништување на копнените ресурси, односно според некои процени, годишно исчезнува, околу 10 милиони хектари наводнувано земјиште. Недоволната грижа и прекумерната употреба на пестициди во почвата ја загрозува природната вегетација.

Сиромаштијата, тргувањето со шумски производи, порастот на населението се факторите кои придонесоа, само во последната деценија од минатиот век нето загубата на шумскиот појас во глобални рамки да изнесува оклу 94 милиони хектари, што е некаде околу 2,4% од вкупниот шумски фонд. На конференција спонзориана од ОН, (одржана во далечната 1972 год. во Стокхолм) шумите биле прогласени за најголем самообновувачки еко ситем, но била побарана строга контрола за планската употреба на шумите. Препораките останале неспроведени зашто се нашле во расчекор, со потребите од една страна, за економски развој и за преживување од друга. Само во трите најголеми тропски џунгли по течението на реката Амазон, живеат 75 милиони луѓе, а населението годишно се зголемува за за 3,1%, двојно повеќе од светскиот просек *(Виоти П. и Каути М. 2009).*

Еколошката рамнотежа секојдневно се нарушува со намалувањето на биолошката разновидност, што се должи на конвертирањето на земјиштето, климатските промени и уништувањето на природните ресурси. Илустртивен е податокот, според кој 40 % од лековите се прават на растителна и животинска база. Така, розовиот крајбрежен полжав од Мадагаскар, се наоѓа пред изумирање, зашто содржи супстанци кои се ефикасни во борбата со леукемијата. Проценките укажуваат дека на околу 24% од цицачите и 12% од птиците им се заканува истребување *(NRDC: Natural Resources Defence Council 2009).*

Порастот на населението придонесе за зголемена побарувачка на вода. Околу една милјарда луѓе немаат пристап до безбедна вода, а околу 3 милиони живеат во неадекватни санитарни услови. Последица од ова се голем број на смртни случаи, како и зголемен број на инфективни заболувања. Прогнозите се дека евентуалните светски војни ќе се водат, токму за чисти извори на вода*(Глик,П 1993)*.

Figure 4.1 Global distribution of the world's water



Искористувањето на копнените и морски природни ресурси е причината за уништување на крајбрежните и пристанишните области. Причините за ова треба да се бараат во зголемувањето на населението, урбанизацијата и индустријализацијата на овие области. Не треба да се заборават ниту отпадните води, кои се најголеми загадувачи на океаните. Последниве години драстично се зголемуваат отпадните води од островите кои се влеваат во океаните.

2. Влијанието на животната средина врз безбедноста

Клучното прашање кое денес се поставува во меѓународните односи, е колку загрозената животна средина може да влијае на безбедноста? Одговори на ова прашање се бараат во импресивниот Проект за промена на животната средина и акутниот конфликт во кој се вклучени трудови на триесетина истражувачи од десет земји, а во кои се поставуваат три прашања:

- Дали намалувањето на ресурсите, како што се чистата вода и обработливата почва предизвикуваат меѓудржавни војни за ресурси?
- Дали масовната миграција поради еколошки проблем води до конфликти меѓу групите со различен идентитет, а особено до етнички судири
- Дали големата ограниченост на природните ресурси ја зголемува економската депривација, го нарушува нормалното функционирање на клучните институции и како последица на тоа, директно придонесува за граѓански немири и кризи на авторитетот (*Homer-Dixon, T.F 1994)*

Сите три прашања се директно поврзани, со војната, идентитетот и кризите на авторитет, клучни теми во денешните глобални меѓународни односи.

Не треба да сте голем експерт, па за да знаете дека, сите војни се водат за ресурси, но никој не војува за шуми и полиња. Војните се водат за необновливте ресурси, особено за нафтата и рудните минерали, бидејќи тие, со политички јазик кажано, можат да обезбедат моќ, за разлика од шумите и рибите на пример.

Единствен обновлив извор кој може да предизвика војна е водата во езерата , реките и водоносните слоеви кои се во сопственост на две држави. Без вода, ниту едно општество не може да опстане, а само за пример, на Блискиот Исток и југозападна Азија, реките Јордан, Тигар,

Еуфрат и Инд претствуваат единствени извори за вода на околу петстотини милиони луѓе*(Kler M., 2001).* Државите кои се наоѓаат во горните текови, можат како средство на принуда, постојано да се закнуваат, дека ќе ги загадат водите, или дека ќе изградат брани. Шансите за војна се големи, доколку државите во долното течение располагаат со силен воен потенцијал, кој може да биде употребе. Еве еден пример за ваквата констатација. Турција во деведесетите години започна изградба на една брана, од вкупно предвидените дваесет и две,а кои требаа да го подобрат производството на електрична енергија и водоснабдувањето. Сирија и Ирак протестираа, сметајќи дека со овој проект, турската дипломатија добива силно оружје. За волја на вистината, Турција се закани со ограничување на водите кон Сирија, како опомена за подршката на курдските бунтовници. Иако, заканата не беше реализирана, со завршувањето на проектите количеството вода се намали за 40% за Сирија и дури за 80% во Ирак *(Pearson Ch, 2003).*

Одговор на второто прашање, за врските меѓу конфликтите кај групите со различен идентитет и масовната миграција предизвикана од еколошки проблем, треба да се бара внимателно, односно потребна е емпириска потврда. Во вакви претпоставени ситуации, секој случај треба да биде внимателно разгледуван бидејќи еколошките проблеми како причина за миграција, можат полека да се развиваат, исто како што не постои ненадеен етничкии конфликт.

Спротивен е случјот со жителите на Бангладеш, кои се преселија во Индија, што предизвика бројни конфликти меѓу групите со различен идентитет. Овде проблем е зголемувањето на населението од Бангладеш, кое според проценките на ООН, изнесува повеќе од 120 милиони, а до 2025 се проценува да порасне до 235 милиони. Сиримаштијата е голема поради недостаток на земја, која дополнително е намалена со честите поплави во овој регион. Населението во овој индиски регион е зголемено за околу 17 милиони, од кои, само два милиони мигрирале во 1971 година во периодот на индиско-пакистанската војна, чиј крај го означи создавањето на државата Бангладеш.

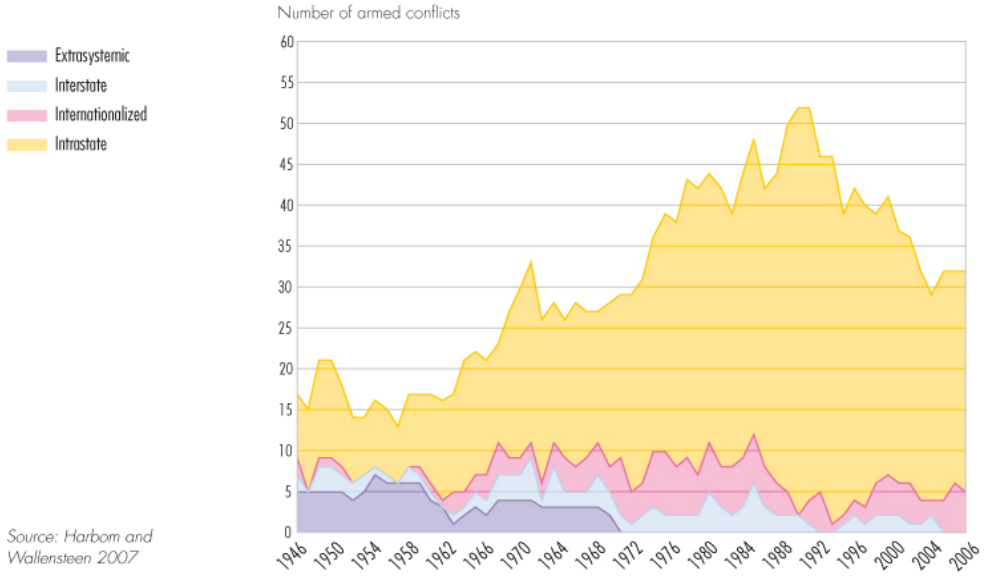
Третото прашање, кое се однесува на ограниченоста на ресурсите и економската депривација, а која го нарушува функционирањето на институциите и предизвикува криза на авторитетот, има бројни емпириски докази. На пример, за ограниченоста на ресурсите и економската депривација, илустративен е случајот со Индонезија, каде ерозијата на земјиштето во ридско планинските области прави загуби во земјоделските приходи од околу половина милјарди долари. Кина, чија растечка економија последниве триесетина година е голема, се проценува дека има загуби од оклу 15 % од нејзиниот бруто производ. Во овој контекст, кругот се затвара со политичките последици кои произлегуваат од

ограничувањето на природните ресурси. Како последица се јавува проблематизирање на легитимноста, односно загубата на авторитетот на државата. Недостатокот на ресурси (вода, земјиште, шуми) можат да ја поттикнат миграцијата село-град, што ги отвара проблемите за сместување, работа, храна. Ваквите состојби, можат да го насочат погрешно капиталот, концентрирајќи го во рацете на мала елита. Доколку, пак таа произлегува само од една етничка група, реални се шансите за етнички конфликти. Меѓутоа, не треба да се мисли дека, сиромаштијата, само по себе, предизвикува политичко насилство, зашто за тоа се потребни и други фактори. Сепак, многу од конфликтите особено во земјите од Третиот Свет во основа, ги имаат слабите природни ресурси.

Значајна е и врската меѓу ресурсите и граѓанските војни. Во изваштајот на ООН, во врска со илегалната трговија на дијаманти и оружје, која ја вршеле членовите на УНИТА - бунтовничка група од Ангола се вели: "Приходите од трговијата со дијаманти се есенцијални за капацитетите на УНИТА да води војна " *(UN Security Council, 2000)*.

Еден друг извештај, на Светска Банка, ја воспоставува врската меѓу разграбувањето на природните ресурси и фреквентноста на граѓанските војни. Студијата ги анализира судирите во периодот меѓу 1960 и 1995 година, според која најголема фактор за избувнување на граѓанска војна не се етничките антагонизми, туку ресурсите кои се достапни за разграбување *(Kollier P., 2000)*.

Figure 7.4 Number of armed conflicts by type



Source: Harbom and Wallensteen 2007

Се поставува прашањето, кои се безбедносните ризици за нашата земја, гледано од овој аспект. Македонија, има доволно количини на обновливи ресурси, но тоа не значи, дека во иднина не мора да се поведе сметка за нивно што порационално користење. Миграцијата село-град е особено е нагласена и кај нас, па така, евидентен е притисокот и проблемите со кои се соочува главниот град. Се разбира, дека ова не значи дека, кај нас ќе се водат војни за ресурсите, но треба да се има предвид дека нивната ограниченост во светски рамки ќе се влошува наредните децении, поради се поголемиот пораст на населението (да размислиме, колкав е капацитетот само на изворот Рашче, кој со вода го снабдува Скопје, вода која ние без контрола ја трошиме). Државите кои нема да можат да се справат со овие проблеми ќе бидат најподложни за етнички конфликти. Не треба да се заборави дека војните за необновливите ресурски ќе продолжат а средствата стекнати од нив може да се употребат за финансирање на граѓански војни.

Затоа, излезните решенија се повеќе се бараат во оддржливиот развој, кој се заснова на начелото, дека треба да има баланс меѓу потрошувачката и популацијата, со ограничувањата наметнати од природата. Без забрзан економски развој, стртегиите за заштита на човековата околина, нема да бидат многу од корист, зашто сиромашното население ќе ги користи ресурсите за да преживее. Меѓутоа, коцептот на рамнотежа треба да биде сфатен не само од сиромашните земји од Третиот свет, туку пред се, од богатите земји, зашто нивното масовно земјоделско и ндустриско производство, широката потрошувачка, најнегативно се одразува врз уништување на ресурсите, преку загадување, но и преку други форми на уништување на планетата Земја.

Затоа доколку сакаме, фразата оддржлив развој, да не биде само форма без суштина, треба да се размислува за трговската размена, почитувајќи ја човековата околина и економскиот развој. Ваквите теми не треба да служат само за научни истражувања, туку пред се за политичка дебата, зашто политиките се тие, кои ги креираат стратегиите.

Заклучок

Вниманието насочено кон животната средина, како алка во меѓународните односи е, релативно нова појава. Пристапот до ресурсите,биолошката разновидност, уништувањето на озонската обвивака беа само дел од еколошката наука која се занимаваше со овие теми, од аспект на заштита на човековата околина. Меѓутоа многу научници, во сферата на меѓународните односи укажуваат дека животната

средина треба да биде ставена во релација со светските политики, не само зашто се директно врзани со економијата , туку зашто стимулираат конфликти, поттикнати од искористување на ресурсите.

Овде особено се поставува прашањето, што се подразбира за недостиг? Избегнувањето на општо човечка трегедија е од интерес за сите, а не е само прашање за националната безбедност на било која држава, поединечно. Затоа меѓународната безбедност можеби е најсоодветен збор, кога се дебатира за овие теми, зашто никој во овој глобален свет не е доволен самиот на себе, па според тоа сите можеме да бидеме дел од заедничкото добро, или од колективната трагедија.

Summary

Addressing environmental issues as a part from the international relationships is relatively a new occurrence. The access to resources, biological diversity or ozone layer depletion were questions that only the science of ecology used to deal with in terms of protection of the human environment. However, many scientists in the sphere of the international relationships point that the living environment should be connected to world politics, not only because these two are directly related to economy, but also because they stimulate conflicts which arise from the use of resources.

In here we ask: what is the missing part? Avoiding general human tragedy is in the interest of all and it is not only a matter of national security to each country separately. Consecutively, the term "international security" is the best choice when one debates on these questions because no one is self-sufficient in this global world and accordingly we all could be part from the general good or the collective tragedy.

Keywords: *global polluting, resources, conflicts, international security*

Литература

1. Homer-Dixon,T.F: *Environment, Scarcity And Violence.*Princeton University Press . pp. 5-40, 1994
2. Glik, P.: *Water and Conflict: Fresh Water Resources and International Security*. *International Security* 18-1, 1993
3. NRDC: Natural Resources Defense Council, 2009 www.nrdc.org
4. Kler, M.: *Resource Wars: The New Landscape of Global Conflict*. New York: Holt and Compny, 2001.
5. Kollier, P.: *Economic Causes of Civil Conflict and Their Implications for Policy*. Nonpaper, World Bank, Washington D.C. 2000.
6. Pearson, Ch.: *Economics and Global Environment.* Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
7. Thompson, J.D.: *Organizations in Action*. New York: Mc Graw –Hill, 1967.
8. UN Security Council: *Report of the Panel of Experts on Violations of Security Council Sanction against UNITA,* UN doc. S/200/203. 2000.
9. UNEP: *Global Environmental Outlook 3,* 2002. www.unep.org/geo
10. Виоти П. и Каупи М.: *Меѓународни односи и светска политика-безбедност, економија идентитет.* Академски печат, Скопје, 2009.

351.74.001.73(497.7)

Доц. д-р. **Крсте КРАЈОВСКИ**

РЕФОРМИ ВО ПОЛИЦИЈАТА

Апстракт

Република Македонија гради сопствен пат кон иднината, компатибилен на своето поднебје, историскиот, традиционалниот и културниот идентитет.

Реформата значи менување на нешто, најчесто до состојба што се согледува како оригинална и која преставува промена на подобро. Терминот се користи и за подобрување на веќе постоечката состојба со корекции и елиминација на грешките[1]. Човековите амбиции за промени датираат многу одамна, што подобро го објаснуваат следните мисли:

„ Она што не запира е стравот од промените. А сепак, нашиот спас зависи од промените“[2]. „Луѓето ги прифаќаат промените само во време на нужност, а нужноста ја препознаваат само во време на криза“[3].

Промените на општествено-економскиот и политичкиот систем во Република Македонија ја наметнаа потребата од воспоставување правна држава врз демократски принципи кои подразбираат легитимитет во организирањето и дејствувањето на сите државни органи, вклучувајќи ја и полицијата. Република Македонија својот успешен развој и перспектива во натамошниот период на секој план ќе ги оствари по пат кој нужно мора да се помине во насока на побрзо интегрирање во големото европско семејство.

Република Македонија во периодот на транзициони процеси на општествените односи беше соочена со крупни промени и трансформации во сите сфери на општественото живеење. Ваквите услови создадоа плодна почва за промена на етиологијата, феноменологијата и типологијата на криминалните однесувања.

Во новите транзициони промени и процеси, енормниот пораст на криминалот, особено организираниот, преставува своевиден предизвик за полициското дејствување.

Полициската организација, како составен дел на глобалниот безбедносен систем на државата треба целосно да се реформира и да се

[1] Harper D. http://www.cr.duq.edu 2001
[2] Моне Ж. Говори, Стразбург, 1954 (Европа - нашиот заеднички дом)
[3] Моне Ж Мемоари, 129

приспособи на реалните потреби на општеството, што всушност, преставува и фундаментално прашање за влез во евро - атлантските интеграции. Посебно внимание при реформирањето, треба да се посвети на полициската поставеност во општеството и доминантните функции што ќе ги извршува, за да може целосно да го следи чекорот на новите софистицирани облици на криминалитетот, за да ја исполни во целост својата улога како заштитник на општеството и сервис на граѓаните.

Полициските главни и помошни функции во демократското општество треба да бидат насочени кон примена на сосема нов модел што ќе опфаќа современа методологија, нова организација, обука, информатичко осовременување и телекомуникации, работа на полицијата во соработка со заедницата, децентрализација, па се до буџетирање и финансиски импликации.

Ова потврдува дека имаме нов почеток којшто преставува своевиден предизвик во моделирање на физиономијата на полицијата.

Клучни зборови: *Реформа, методологија, организација, стратегија, стратешко планирање, децентрализација.*

1. Потреба од реформи

Во демократско општество потребна е модерна полициска организација што ќе може да одговори на предизвиците на новото време. Напуштајќи ја историската улога на идеологизирана полиција и синоним на репресија, полицијата мора да се стави во улога на целосна заштита на демократските вредности на општествениот систем, правата и слободите на граѓаните [4].

Во земјите во транзиција, процесите и промените создадоа поволна клима за појава на деструкции, односно навидум два субјекти што егзистираат на криминални основи и во различни насоки,а всушност имаат одлична меѓусебна видлива и невидлива комуникација за заедничките интереси.

Едниот субјект го сочинуваат легалните структури на власт преку кои треба во целост да се извршат промените, уништувајќи ги темелите и сите придобивки на претходниот општествен систем и создавање капиталистички систем со имплементирање на демократски односи во кои центар на внимание и тежиште ќе бидат човековите права и слободи, а доминантна приватната сопственост.

[4] Стојановски Т. „ Полицијата во демократско општество“ Скопје 1997, 63

Сето тоа овозможува поволни услови за криминални дејствија и незаконски богатења - појава на олигархија.

Вториот субјект, кој формално не постои ,а сепак е присутен, невидлив и ги користи новонастанатите состојби и погодности што му ги овозможува првиот субјект е олигархијата и нејзината логистика.

„Олигархијата е феномен со кој финишираа долгите години транзиција и приватизација на општествениот капитал. Прашање е дали со присвојувањето на дел од државниот капитал ќе се наполнат некои фондови. Повеќе од сигурно е дека недостигаше појака законодавна рамка според која би се реализирала приватизацијата“ [5]

Централно прашање е дали полициската организација со нејзината поставеност, методи на дејствување, опременост и др. може да ја остварува својата улога како заштитник на општеството, неговите темелни вредности, да обезбеди непречено функционирање на правната држава во сите сфери и да ги гарантира правата и слободите на граѓаните во новонастанатите услови.

За време на транзицијата, безбедносните експерти на мисиите на „ОБСЕ и Проксима“ преку лични контакти укажуваа дека безбедносната состојба е релативна.

Класичните видови на криминалитет што отсекогаш постоеле беа во подем, а зачестија и нови облици на криминално дејствување што се карактеризираа со висок степен на професионализам во извршувањето, користење на софистицирана опрема, што е дискутабилно дали полицијата може да се справи со ваквите појави.

Постоечките форми на дејствување на полицијата не беа во состојба да го следат чекорот на промените во општествената заедница. Организираните криминални групи ги надминаа границите на локално дејствување и воспоставија соработка со криминалните структури во многу земји во светот.

Општествените промени во Република Македонија, наметнаа потреба од целосна реформа на македонската полиција. За таа цел во 2005 г. беше добиена и комплетна поддршка од Владата на Република Македонија, како и позитивни оценки од Европската комисија во Брисел.

1.1. Што се подразбира под поимот промени ?

Поимот промена означува менување на некоја состојба, процес, содржина, структура, начин на работа, однесување, процедури и сл.

[5] Клусев Н. Академик, (Од излагањето на трибината на Стопанската комора на РМ за олигархијата во 2007 г.)

Промените можат да се делат според најразлични критериуми, сфаќања, пристапи и од аспект на времето, условите и сферата во кои се случуваат.

Според Hersey и Blachard постојат четири нивоа на промени кај луѓето: [6]

- Промени во знаењата;
- Промени во ставовите;
- Промени во однесувањето;
- Промени во перформансите на групата и организацијата.

Сите овие нивоа на промени не се случуваат веднаш туку за тоа е потребно време бидејќи секоја промена, колку и да е позитивна неминовно носи и непријатности. Организациските системи, вклучувајќи ја и полицијата, не можат да се движат напред без промени, но да ги избегнат или намалат проблемите што ги носат промените потребно е да имаат доволно:

- Детектирање на тешкотиите во движењето на сегашноста кон целта во иднина;
- Стабилност – да се олесни постигнатото на тековните цели;
- Континуитет-да се осигура мирна промена и во целите и во средствата;
- Адаптилност-да се реагира соодветно на надворешните можности и барања, како и на променливите внатрешни услови;
- Способност за иновации на организацијата да се овозможи таа да биде активна кога тоа го бараат условите;
- Примена на нормативно-редукативна стратегија која ќе биде насочена кон нормите, мислењата и ставовите на креаторите на промените. [7]

1.2. Почеток на реформите во македонската полиција

Со цел да се зачува националниот и регионалниот мир и стабилност и да се забрза процесот за евроинтеграција и членство во НАТО, Владата на Република Македонија ја прифати потребата од реформа на македонската полиција. Тоа, впрочем беше и обврска преземена со потпишувањето на

[6] Hersey P. K. „ Management of the organizational behavior" Utilizing Human Resources, Prentice Hall, Engewood, Klifs, 1982.

[7] Јошевска Ф.„Дијалогот како стратегија на организациско учење при градење на лично мајсторство" Битола 2000 (преземено и прилагодено).

повеќе значајни и важни документи со реална и убедлива основа за потребите од структурни реформи во полицијата.[8]

Тимот за правда и внатрешни работи на Европската комисија (ЕСЈНАТ) ја довери задачата за прибирање предлози за реформа на проектната група составена од домашни и странски полициски експерти. По направените опсежни анализи и дијагностицирање на состојбите, проектната експертска група изготви Нацрт - стратегија за реформа на македонската полиција која беше поддржана, прифатена и потврдена од сите релевантни структури во земјата (Владата на Република Македонија), како и Европската комисија, Агенцијата за реконструкција и Проектот за реформа во полицијата на Европската комисија. Нацрт - стратегијата, прерасна во документ, проект „ Реформа на македонската полиција “,според кој започна имплементацијата на реформата во полициската организација и целосно во Министерството за внатрешни работи.

Со усвојувањето на Стратегијата за реформи од страна на Владата на Република Македонија се создадоа обврски на Министерството за внатрешни работи да се трансформира од постојниот модел на работење во современ облик на полициска работа, компатибилна со постулатите на демократското општество. [9]

Реформата наметна огромни предизвици, пред се при самото проектирање и планирање, а најмногу при реализацијата на зацртаните цели. Зафатите на тој план успешно можат да се реализираат исклучиво врз база на добро структурирана организација, значи дека е потребно посветување на внимание на описот на постоечките структури на македонската полиција, а притоа не смее да се запостави ни политичката состојба во земјата, нејзината историја, економските состојби, мислењето на јавноста и др.

2. Стратешко планирање – темел на реформите

Стратешкото планирање преставува темел на секоја реформа. Оваа компонента е значајна за сите полициски организации, а посебно во проектирањето и имплементирањето на реформите во македонската полиција. Воспоставувањето на механизми за стратешко планирање на сите нивоа во полициската организација преставува основен предуслов за

[8] - Спогодба за стабилизација и асоцијација од 09.04.2001 г.
- Рамковниот договор потпишан во Охрид на 13.08.2001 г.
- Европските и регионалните договори за механизмите за унапредување на граничното управување (според Националната стратегија за интегрирано гранично управување);
- Учество во механизмите на ЕУ (Пактот за стабилност, КАРДС програмата, Шенгенскиот договор и др.)

[9] Владата на Република Македонија ја усвои Стратегијата за реформи во полицијата на седницата на ден 11.08.2003 г.

оптимален развој на сложениот полициски систем. Продолжувајќи го спроведувањето на реформите треба забрзано да јакне и функцијата на стратешкото планирање во полицијата. Основа за ваквата определба треба да бидат структурата на организационите, функционалните и проектните компоненти.

Методологијата и методот на стратешкото планирање што се применува треба да обезбеди најдобра хоризонтална и вертикална комуникација, не само со стратешко - планските компоненти, туку и нивните крајни корисници. На тој начин се овозможува потполна стратешка контрола врз реализацијата на сите активности и успешно следење на процесот на реформи.

2.1. Што е стратешко планирање и како е организирано во некои земји?

Повеќето светски експерти даваат најразлични толкувања и дефиниции, но најприфатливи се следните констатации:

-Стратешкото планирање е процес во кој се дефинираат приоритетите што треба да се остварат во иднина;

-Идентификација на релевантните фактори што ќе влијаат на изборот и приоритетите што треба да се извршат, а што може да се одложи нивното извршување или воопшто да не се изврши;

-Да се постави комплетно нов систем кој ќе има можност да го опфати и обедини секој организационен дел, вклучувајќи го и најмалиот, секој да биде дел од тој систем и заедно да ги извршуваат договорените активности;

-Како и на кој начин да се алоцираат ресурсите ?.[10]

Со реформите во норвешката полиција што се направени во 2001 година, одредени делови на полицијата добија нова организациска поставеност и нова методологија, а воспоставен беше полициски директорат со 120 вработени службеници под раководство на национален полициски комесар. Главни цели на Директоратот се: лидерството, менаџментот и развојот, стратешкото планирање, поддршката и функцијата на надзорот, планирањето за вонредни состојби, работа на поплаките и меѓународната полициска соработка.

[10] Ивановиќ М. „ Стратешко планирање како средство за управување “ списание Полицаец бр 6 2007 .Авторот е професор на колеџот Oaklands I Hertfosire Universyti Велика Британија.Трудот под наслов: „Стратешко планирање во МВР и предизвици во организациските реформи и развој на човечките ресурси“ е презентиран на Меѓународната конференција во Белград, во присуство на релевантни преставници од Република Македонија.

Структурата на стратешкото планирање во норвешката полиција опфаќа:

-Програма за раководниот кадар-екстерни советници;

-Редовни исцрпни дискусии меѓу националниот комесар и одделенијата и отсеците за однесувањето на активностите на стратешкиот план;

-Стратешките дискусии треба да ја вклучат целата организација (припадност кон процесот се чувствува само доколку луѓето се вклучени во него);

-Погледите и заклучоците се разменуваат меѓу различните нивоа внатре во самата организација;

-Започнување на подготовките за годишната „Бела книга“ (приказ на позитивните остварувања во текот на годината);

-Идентификација на долгорочните приоритетни области;

-Следење на „Белата книга“; [11]

Интересно е да се спомене и следниот пример од СР Германија.

Стратешкото планирање во јавниот сектор и во полицијата најголем дел опфаќа проактивно дејствување, додека реактивното, репресивното дејствување е послабо изразено. Тоа значи дека стратешките планови за сузбивање на криминалитетот одат чекор пред криминалците, што се постигнува со нов начин на обука на полициските службеници. Покрај тоа, полициското раководство постојано врши анализи и испитувања на вработените во поглед на тоа дали се задоволни од нивниот статус, од односот на шефовите и сл. Ако не се задоволни „топ менаџментот“ ги менува плановите и според добиените резултати го гради идниот однос [12].

Постојат примери во држави каде одделни сегменти во рамките на реформите биле успешно решени на еден или друг начин. Меѓутоа во никој случај не смее да се врши копирање на зафатите на тој план бидејќи е наполно погрешно, од аспект на различноста во градењето на сопствен пат кон иднината на секоја земја која има различни специфичности на сите полиња. Тоа не значи дека не смеат да се инкорпорираат делови од методологијата на досегашното постапување на македонската полиција што се покажале како мошне ефикасни.

[11] Холм Т.Т. „Структура и организација на норвешката полиција“ Полицаец, Белград 2007. Авторот е полициски експерт во норвешката полиција.

[12] Гронер М. „Некои аспекти од функционирањето на полицијата во СР.Германија Белград 2007. Авторот е специјалист за планирање во Сојузната криминалистичка полиција во СР.Германија.

3. Структура и надлежности на реформираната македонска Полиција

Концептот по кој реформските зафати се веќе длабоко навлезени во имплементирањето и оживотворувањето во практиката, ја одвојува полицијата од другите функции на Министерството за внатрешни работи.

Со новата организација МВР треба да биде политичко тело што ќе ја спроведува владината политика во областа на внатрешните работи. Исто така треба да има стратешка и раководна позиција и да биде задолжено за планирањата на стратегијата и концептите во работењето, за генерален и експертски надзор во работата на полицијата, оценување на ефикасноста, ефективноста и економичноста во работењето. Во тој контекст треба да ги пропишува стандардите и процедурите за постапување на полицијата. Со реформата е направена дистинкција меѓу МВР како политичко тело и стратегискиот менаџмент, од една страна и оперативните функции на полицијата, од друга страна.

Политиката на внатрешните работи треба да ја градат неколку неоперативни служби врзани за министерот, додека за оперативниот дел е значајна Дирекцијата за јавна безбедност. Кабинетот на директорот треба да има советодавна улога за оперативниот дел, да пропишува стандарди и процедури за постапување на полицијата и стратегиско планирање на активностите. Исто така треба да ја врши контролата на оперативните служби и да ја оценува нивната ефикасност. Ваквата поставеност на министерството овозможува успешно воспоставување на нормите и механизмите за граѓанска контрола над полицијата во заедницата.

Оперативните функции на полицијата треба да се остваруваат преку три столба: подрачни полициски служби, централни и регионални центри за гранични работи, односно гранични полициски служби.

Подрачните полициски служби ги сочинуваат секторите за внатрешни работи, чии број е намален од 12 на 8 сектори. Секторите треба да имаат висок степен на самостојност во своето функционирање, но и одговорност за севкупните безбедносни состојби на подрачјето на кое дејствуваат. Предвидено е, самостојно да управуваат со материјално-техничките средства и човечките ресурси и со посебен под - буџет наменет за нив кој треба да биде фиксен и целосно да се посветат на почитување и спроведување на стандардите и процедурите за постапување.

Централните полициски служби треба да имаат улога на сервис за подрачните и граничните полициски служби. Нивното дејствување треба да биде на целата територија на државата, а основна карактеристика ќе им биде посебната стручност и специјализираност во сферата на нивното дејствување. Во состав на централните полициски служби влегуваат:

Одделот за посебни единици, одделот за организиран криминал, одделот за криминалистичка техника, одделот за информатика и телекомуникации, потоа одделот за материјално-техничко опремување и граѓански работи, секторот за заеднички работи и др. Овие служби не можат да се трансформираат во подрачните полициски служби поради специфичната обука, стручност и висок степен на професионализам, опремата и техничките средства што ги користат и сл. Се работи за високо специјализирани служби, подготвени да одговорат на повик на подрачните служби во секое време и на цела територија.

Висок степен на самостојност во своето дејствување треба да имаат и регионалните гранични центри. Нивна задача е обезбедување на државната граница и контрола на граничните премини во Републиката.[13]

3.1. Твининг проект за реформата на полицијата

Со програмирањето, проектирањето и имплементирањето на реформите, не завршува процесот на реформи. По истекот на роковите на проектираните активности во главните проекти и планови за динамика, реформата треба да продолжи во друг облик. Така на пример: по предлог на Европската комисија, од страна на Владата на Република Македонија е прифатен твининг проект на имплементирање на активностите, кој претставува синергија те. Повисок степен на соработка со Европската унија. Во конкретниот случај, по пат на тендер беше избрана Сојузната Германска Република Бранденбург. Двете земји кумулативно дефинираа јасна, конкретна цел што треба да се постигне со проектот и пристапија кон реализација на задачите што произлегуваат од проектот.

За успехот на проектот одговорноста припаѓа на двете земји. Јасната определба го чини овој проект поинаков со тоа што се разликува од постојната техничка помош што странските стручњаци ја даваа на Република Македонија за помош на процесот на реформи. Нивна е материјалната и техничката компонента, како и советодавната функција, а проектот е целосно воден од домашни експерти. Според прописите, избраната земја за овој вид на соработка, мора да е членка на Европската унија.

Твининг проектот треба да трае подолго време, бидејќи преку него се врши согледување на имплементираните реформски зафати, се уочуваат недостатоците и слабостите ни веднаш се врши моделирање, коригирање и приспособување според потребите. Овој процес преставува долгорочна

[13] Документот за реформи содржи 6 поглавја:1.Реформа на македонската полиција; 2.Национална стратегија за интегрирано гранично управување; 3.Стратегии за реформи во полицијата; 4.Акционен план за имплементација; 5.Менаџмент на ризици; 6. Брошури „Инфо Реформа“.

соработка, со надополнување и надградување на содржините во зависност од потребите на полициската организација.

Овој твининг проект се чини дека во последно време е напуштен од македонска страна, односно прифатен е нов на начин на соработка со други земји, (Франција и др.) и неговата реализација се одвива многу бавно.

4. Децентрализација на полицијата

Децентрализацијата на власта во државата предвидува децентрализација и на полицијата, односно прераспределба на моќта од централно на локално ниво. Тое, впрочем е предвидено и со одредбите од Рамковниот договор. Потребно е секоја полициска структура да има во својот состав оддел или канцеларија за односи со јавноста. На тој начин ќе се обезбеди транспарентност во работата на полицијата. Граѓаните целосно ќе можат да ја следат работата, да се информираат за настаните и да бидат едноставно ,,порота“ во работата. Ваквиот концепт ќе обезбеди цивилна контрола над работата на полицијата. Со новата поставеност и децентрализацијата ќе се создадат одлични услови за отвореност кон граѓаните. За таа цел треба да се изнајдат погодни модели за презентација на полициските активности пред граѓаните,учениците и разни здруженија на граѓани. Во некои земји ваквите презентации ги вршат посебно обучени полициски експерти, разни комисии или невладини организации.

Полициската организација треба да остварува целосна соработка со институциите на локалната самоуправа и во тие рамки да предлага формирање на заеднички локални или регионални тела со цел да се обезбеди ефикасна и ефективна институционализирана комуникација и соработка, која ќе овозможи да се надминат безбедносните проблеми што ги чувствуваат граѓаните. Соработката треба да биде на сите нивоа за да има ефикасност во остварување на целите. Локалните полициски органи треба да ја практикуваат соработката со цивилниот сектор и органите на локалната самоуправа во општините до тој степен што ќе преставува нивна редовна обврска а не само можност за соработување. [14]

Според реформските проекти, Министерството за внатрешни работи ќе треба да се ослободи од некои не полициски функции како што се Одделението за управни работи, територијалната противпожарна заштита и др. кои треба да преминат во надлежност на локалната самоуправа.

Децентрализацијата на функциите со задачите и надлежностите налага потреба од различни сфаќања на раководните структури во сите хиерархиски нивоа. Ќе биде потребно многу раководители да отстапат

[14] Мојановски Ц. ,, Полицијата во заедницата“ предавање на Полициската академија Скопје 2007 г.

бројни ингеренции на други пониски хиерархиски нивоа, а некои дури и на раководни структури во локалната самоуправа. На тој план во почетокот се очекуваат отпори бидејќи, дел од раководителите не ќе бидат подготвени веднаш да се откажат од бројни овластувања. „ Голем број луѓе што имале моќ на одлучување треба да бидат подготвени да се откажат од одредени надлежности и одговорности кога треба соодветно да ги префрлат на раководните нивоа под нив“ [15]

Процесот на децентрализација подразбира пренесување на одредени надлежности на локално ниво, најчесто надлежностите што се од локален интерес и се поврзани со секојдневните потреби на граѓаните во општината. Локалните заедници се секогаш во подобра положба за да ги знаат потребите и приоритетите на сопствените граѓани и за нив да најдат соодветни решенија.

Децентрализацијата е сложен процес кој бара вклучување на сите заинтересирани субјекти за да се постигне успех. Самите општини претходно треба добро да се подготват за трансферот на надлежностите и при неговото процесирање да го задржат или подобрат обемот и квалитетот на услугите на граѓаните. Граѓаните треба што побрзо да ги разберат зголемените надлежности на нивните општини и самите да учествуваат во работењето, лично или преку избрани советници.

5. Новата улога на полицијата во заедницата

Работата на реформираната и децентрализирана полиција треба да се разликува по својата отвореност кон локалната заедница, во соработката при утврдувањето на безбедносните состојби и заедничко решавање на проблемите од безбедносен аспект.

Меѓусебната координација и ангажирање можат во голема мерка да придонесат за јакнење на превентивната улога и јакнење на меѓусебната доверба. Тоа ќе придонесе за намалување на стравот кај граѓаните од криминалните активности и преку партнерство ќе можат да ја претворат полицијата во сопствен сервис. „Новата филозофија на полицијата во заедницата значи проширување на функцијата на полицијата во општеството и локалната заедница, поттик од граѓаните, заедничка работа, воспоставување меѓусебна доверба, распределба на моќта, креативност“ [16].

Полициските службеници треба да стекнат знаење, вештини и способности за да можат да го следат текот на процесите во реформираната

[15] Урлих Д. Инфо форум-3 Скопје 2005. Авторот е генерален инспектор и раководител на реформите во германската покраина Бранденбург и советник во тимот за реформи на македонската полиција.

[16] Мојановски Ц. Цитираното предавање „ Полицијата во заедницата“

полиција со децентрализирани надлежности. Во секојдневната работа, ќе се сретнуваат со лица од различни профили и општествени групи, со поинакви особености и вредности од мнозинското население. Затоа, на полицискиот службеник му е потребно знаење и вештина за комуницирање, сочувствување, целосно познавање и разбирање на самиот себе, сопствените особини и познавање на останатите граѓани.

Новиот концепт на полицијата во заедницата бара од полициските раководители „способност за раководење, способност за комуницирање, склоност кон слушање, кон иновации и консултации, менторство, мотивација, поттик, тимско работење и решавање на проблемите“ [17] .

Концептот всушност преставува враќање на полицијата меѓу луѓето и нивниот секојдневен живот. За негово остварување е потребно што побрзо децентрализирање на полицијата, дебирократизирање, воспоставување на механизми на ефективна и отворена комуникација, повратно информирање и др.

6. Заклучни согледувања

Реформата во македонската полиција и Министерството за внатрешни работи нема да завршат толку брзо. Тие преставуваат долгорочен процес што треба да доведе до етаблирање на сосема нова структура. Новата методологија на работа ќе биде компатибилна со најдобрите заеднички стандарди на европските полициски организации.

Според стратегијата за реформа ќе се постават темелите на една модерна полициска структура, способна да одговори на предизвиците на демократското општество, темелено врз принципите на целосно владеење на правото, заштита и почитување на основните човекови слободи и права.

Со реформата ќе се постигнат суштински вредности на македонската полиција опфатени во проектот како што се: [18]

-Почитување и заштита на основните човекови слободи и права без разлика на нивната расна, национална, верска, партиска или полова припадност и независно од нивниот социјален статус.

-Целосна професионална посветеност на полициската професија;

-Напредување и градење полициска кариера врз основа на јасни транспарентни критериуми за стручност и компетентност преку формата на распишување на интерен оглас за слободни работни места;

[17] Мојановски Ц. Погоре цитираното предавање

[18] Преземено од „ Инфо реформа“ бр.2 Скопје 2005 Центар за стратегиски истражувања и документација

-Широка можност за стручно оспособување и слободен пристап до формите на едукација, обука и тренинг за сите полициски службеници преку транспарентни критериуми;

-Професионална хоризонтална и вертикална одговорност и отчетност кон локалната заедница;

-Јавност и транспарентност во работата, граѓанската пристапност кон информациите што се однесуваат на нивната безбедност, на заштитата на нивната лична сигурност и имот, но не на штета на интересите за водење на истрага и не на штета на други лица;

-Целосна посветеност во доследното спроведување на законот преку почитување на принципите за владеење на правото и др.

Реформата не е целосно имплементирана во практика, во последно време се одвива забавено и рано е за воочување на одредени резултати. Резултатите значително ќе се почувствуваат после 10 до 15 години, затоа што според проектот за реформи, потребен е толкав период за да се создаде добро обучена, опремена полиција која ќе го спроведува Уставот и законите беспрекорно, одговорно и навремено, без селективен пристап, подеднакво за секого со што ќе ја добие довербата на граѓаните.

Новата поставеност на полицијата ќе овозможи успешно справување со коруптивните активности во сите сфери на општествената заедница, навремено осуетување и пресретнување на криминалните активности во областа на организираниот криминал, како и продлабочување на соработката со меѓународните безбедносни системи како што се Интерпол, Европол и др.

Деполитизацијата на полициските кадри е многу важен сегмент што ќе го донесе реформата со новата поставеност на полицијата. Значајно внимание ќе биде посветено на поединецот, полицискиот службеник во имплементирање на професионалните стандарди и напуштање на одредени традиционални однесувања, замена на постоечката улога и сфаќање за доминација над граѓаните, со улога за почитување на нивните слободи и права како најзначајна придобивка на демократското општество. Полицијата ќе прерасне во сервис на граѓаните преку заедничко партнерство, што ќе овозможи целосна заштита на сите демократски, општествено-економски состојби и дефинирање на улогата на поединецот.

Литература

1. Гронер М. ,,Некои аспекти од функционирањето на полицијата во СР Германија“ списание Полицаец Белград 2007.
2. Ивановиќ М. „ Стратешко планирање како средство за управување“ списание Полицаец Белград 2007
3. Јошевска Ф. „Дијалогот како стратегија на организациско учење при градење лично мајсторство“ Битола 2000,
4. Јошески С. Документи од тековно полициско работење-планови за оперативно покривање и обезбедување 2000-2004 г.
5. Кљусев Н. академик, Излагање на трибината на Стопанската комора на РМ за олигархијата 2007 .
6. Моне Ж. „Европа нашиот заеднички дом“ Стразбур 1951
7. Мојановски Ц. „Полицијата во заедницата“ предавање одржано на Полициската академија Скопје 2007.
8. Спасески Ј. Аслимоски П. „Безбедност, одбрана , мир“ 2001.
9. Стојановски Т. „Полицијата во демократ. општество“ Скопје 1997.
10. Стојановски М. „ Трансфер на промени во училиштата“ 2001.
11. Тасева С. ,,Стратегиско разузнавање“ Скопје 2007.
12. Урлиг Д., Вернер Г., Ото П. „Реформа на македонската полиција“ Скопје 2003 г.
13. Урлих Д. Инфо Реформа -3 Скопје 2005.
14. Холм Т.Т. „Структура и организација на норвешката полиција“ Белград 2007.
15. Hersey P.K. management of the organizational behavior „ Utilizing Human resource holl, engewood klifs” 1982.
16. Harper D. http://www cr.duq.edu 2001.

174.4
005.73

Доц. д-р **Јован ЛОЗАНОВСКИ**

ЗНАЧЕЊЕТО НА ДЕЛОВНАТА ЕТИКА ВО ОБРАЗОВАНИЕТО ЗА МЕНАЏМЕНТ И БИЗНИС

Апстракт

Во бизнисот отсекогаш било, а денес посебно е јасно дека етичкото однесување носи профит или награда. Новиот концепт на бизнис поведението е базиран на неповредување на правата и интересите на другите, но и на акцептирањето на општиот општествен интерес. Во деловната и работната средина примат добива квалитетот на односите, а успехот, конкурентноста и профитот зависат од правата и должностите кои одговорно треба да се применуваат во процесот на трудот и одлучувањето. Во денешната практика кога во бизнис политиките се повеќе се води грижа за надлежностите во сите видови и форми на активност во бизнисот, деловната етика стана дисциплина без која бизнисот едноставно не може да биде успешен и профитабилен за да ја издржи пазарната конкуренција и да преживее.

Клучни зборови: *етика, морал, вредност, норма, деонтологија, деловна етика*

Местото на деловната етика во современото општество

Етиката како наука во две и пол милениумското постоење се развивала во согласност со напредокот на човештвото, па во таа смисла таа денес продолжува да навлегува во современите општествени феномени, помеѓу кои најзначајно место има бизнис секторот. Истражувањата во последниве децении покажале дека причините за менување на пристапите во одредени периоди нужно се лоцирани во областа на работниот морал, а во негови рамки посебно место има *деловната етика*. Таа се покажала како особено важна научна дисциплина во текот на деветтата деценија на минатиот век, бидејќи тоа бил период на економската рецесија во многу области на бизнисот и на интензивна конкуренција на светските пазари, а се карактеризирал со големите стагнации, спојувања, мобилност на работната сила која која се препознавала како меѓународна и инкорпорирала членови од повеќе раси, од двата пола и со поразновидно и повисоко образование.

Деловната етика се соочува со голем број социјални проблеми кои се појавиле како резултат на *процесите на глобализација,* но и на брзиот развој на новите технологии. Тоа во значителна мера придонело да се наруши природната средина и условите за живот на човештвото. Овој тренд продолжил и на почетокот на третиот милениум и денес претставува корпус на најзначајните актуелни прашања кои ги истражуваат новите етички дисциплини *биоетиката и еколошката етика*. Бидејќи глобализацијата нужно влијаела на развојот на економската криза, деловната етика си го зазела своето место во современото општество, не само во развојот на економијата и бизнисот, туку свој придонес давала и во процесот на зачувувањето и унапредувањето на животната средина, која пак најмногу е нарушена токму од големите вложувања и развојот на индустријата во сите области на стопанството.

Во деловниот свет порасна свеста дека бизнис практиките не можат да дозволат награда за неетичко однесување. Новиот концепт на бизнис поведението се темели на етичките врдности и норми кои се однесуваат на почитување на правата и интересите на другите, т.е. на акцептирање на општиот општествен интерес, кое го вклучува и квалитетот на работната средина бидејќи успехот во бизнисот, конкурентноста и профитот најмногу зависат од вредностите, правата, одговорностите и должностите кои се практикуваат во процесот на одлучувањето. Во такви услови на развој на активностите во бизнисот, деловната етика стана дисциплина[1] без која менаџерите едноставно не можат да бидат успешни и профитабилни за да преживеат.

Што проучува деловната етика?

Деловната етика го истражува степенот на посветеноста на индивидуите во дејноста и бизнисот, ја потенцира потребата секој учесник во процесот на трудот и одлучувањето да ја преземе одговорноста за своите постапки, гради етички норми и принципи на поведение за тоа да се постигне[2]. Таа укажува дека секое морално одговорно лице кое прави бизнис треба посветено да ги прифати должностите, но учи дека одговорно треба да ги прима како успесите, така и грешките. Одговорноста може да биде *лична* кога се кршат етичките норми, бидејќи поединецот стекнува персонална корист на штета на општите интереси на компанијата, но и

[1]Види: Томовски, С. & Темков, К. *Деловна и професионална етика* (2006), Државен универзитет во Тетово, стр. 203-206;

[2] Види: Werhane, Patricia Hogue & Freeman, R. Edward (1998), *Bleckwell Encyclopedic Dictionay of Business Ethiks*, Ohford: Blackwell Enciklopedic;

корпоративна, социјална одговорност. Затоа во деловната етика се потенцира значењето на *корпоративната култура* која се однесува токму на правилата на етичкото поведение, етичките вредности, основните системи на норми и етички принципи, како и на специфичните етички правила кои компаниите ги применуваат. Деловната етика ги потенцира основните вредности на кои се темели моралното однесување и укажува на етичките стандарди на поведение кои се содржани во бизнис-етичкиот документ - *кодексот за професионално и деловно поведение*, т.н. деловен понтон.

Тргнувајќи од основните принципи на етиката и нивната имплементација на однесувањето во бизнисот, таа како научна дисциплина се потсетува на моралните стандарди на однесување во социокултурното и деловно опкружување, во контактите со другите луѓе со кои се влегува во деловна врска, во процесот на донесување на одлуки, во подмирувањето на давачките, во исполнувањето на обврските, правата и одговорностите во бизнисот.

Деловната етиката како дел од работниот морал

Деловната етиката потсетува на непишаните *универзални и индивидуални морални вредности и норми* кои го одредуваат поведението во деловни односи низ историјата. Затоа, основните сознанија до кои дошла во деловната област се поврзани со меѓусебната доверба, со почитувањето на достоинството на личноста, со различноста и разликите на другите, со исполнувањето на одговорноста и должноста кон себе и кон луѓето, со меѓусебната поддршка, со држењето до дадениот збор и ветувања и сл. Тие сознанија придонесуваат за придржување до добрите бизнис практики и вредности, темелени на компромисот, хуманоста, независноста, точност, креативноста, вистинитоста, толеранцијата, соработката, рационалноста, конзистентноста ...

Деловниот морал ги обврзува сите учесници во бизнис активностите, но најмногу менаџерите. Менаџерот треба да се одликува какопрактичар со развиени и усвоени внатрешни чувства и со постапки кои се темелат на моралната одговорност. Во неговата едукација се посветува внимание на развојот и на чувството за контрола, на смислата за меѓучовечки односи, на способноста да ги знае и разбира општествените и состојбите во природата и животната средина, да ја познава психологијата на однесување и менталитетот и да ги проценува етичките стандарди и актуелни морални системи на вредности и норми во духот на времето.

Одговорноста и деловната етика

Одговорноста претставува етичка вредност врз која се темели концептот на односот на човекот кон бизнисот, кон природата, кон

општеството, кон целната група, кон соработниците и кон самиот себе[3]. Таа ја акцептира обврската во процесот на управување да се преземат оние дејства кои ќе придонесат за заштита на интересите на општеството и на организацијата. Ова е т.н. *корпоративна социјална одговорност*, која во компанијата ги обединува деловните односи кон општеството, бидејќи во него се содржи целокупноста на социјалните, економските, етичките, еколошките и хуманите вредности, а тие се темелот на процесот на донесување одлуки. Корпоративната општествена одговорност го опфаќа корпусот на норми на однесување во општеството, кој пак произлегува од вредностите со кои компанијата се издвојува како субјект во својата бранша и се од особено значење за нејзиниот понатамошен развој. Денешните компании во нивното работење се повеќе се соочуваат со притисоците за одговорно однесување кон природата и високите еколошките стандарди, во областа на заштитата на животната средина, на остварување на човековите права и слободи (каде спаѓаат односите кон соработниците и вработените), но етиката бара одговорност и во заштита на правата на потрошувачите (целните групи), но и во делот на транспарентноста и надзорот на компанијата од страна на јавното мислење.

Деловната етика ги истражува проблемите кои доведуваат до прекршување на моралните норми и принципи во процесот на работењето и нив ги класифицира на неколку нивоа: на *првото,* општественото или социјално ниво, етичките прашања се оденесуваат на проблемите поврзани со основните институции на општеството, каде се поместени даночното затајување (тоа е во доменот на државата и легалитетот), но и проблемите кои се однесуваат на статусот на одредени групи во општеството, како што се етничките, расните, половите и други (од доменот на човековите права и слободи). На *второто* ниво е односот помеѓу вработените во компанијата и кој главно ги опфаќа *бизнис политиките*. Овде спаѓаат односите на компанијата со клиентите, консументите како нивна општествена целна група (одговорноста на потрошувачите и на доверителите), а тоа најчесто се банките, акционерите, пазарот како целина и сл. На *третото* ниво е поместена *одговорноста за односите помеѓу компанијата и нејзините вработени*. Тука станува збор за внатрешните политики на компанијата во областа на работното право, но и за етичкиот пристап кон грижата, почитувањето и мотивацијата на вработените. Како посебно значајна се потецира *личната одговорност.* Тука станува збор за антиномна класификација на два типа на лична одговорност на менаџерот, кои се однесуваат и на секој вработен: *прво*, одговорен менаџер или совршен агент; и *второ*, неодговорен менаџер или несовршен агент.

[3] Види поопширно: Trifunović, Savo (2005), *Poslovna etika*, Kruševac, ICIM plus;

Менаџерот кој спаѓа во групата на совршен агент претставува одговорна личност која ги исполнува своите обврски насочени во правец на зголемување на богатството на сопственикот. За разлика од него, пак, деловната етика укажува дека и менаџерот – несовршен (неодговорен) агент ги извршува своите обврски, но покрај тоа што го работи на зголемување на капиталот на сопственикот, тој прави и свое лично богатство. Како најзначајн етичко-деловно прашање кое сопствениците на компаниите перманентно си го поставуваат е како да се едуцира или пронајде совршена агент?. Одговорот на ова прашање завршува со дилемата: дали менаџерот може да биде совршен претседател на компанијата бидејќи неговите интереси се различни од интересите на сопствениците? За надминување на оваа дилема во едукацијата на студентите за менаџмент и бизнис во светот се креира студискиот курикулум во кој етичкото образование е во облигациона форма и е напоредно со економското. Тоа произлегува од улогата која ја има менаџерот во деловната политика бидејќи, *прво*, тој има обврска да придонесува за зголемување на богатството на сопственикот и *второ*, има одговорност да ги почитува основните етички принципи[4]. Ваквиот пристап во практиката дава можност менаџерот да биде оспособен да го почитува воспоставениот систем на вредности во општеството, но и врз основа на етичките принципи автономно да донесува одлуки.

Во економската наука и во деловната етика повеќе автори прават обиди да извршат *класификација на одговорноста.* Така, на пример, Ричард Т. Д. Џорџ[5] ги наведува четирите видови општоприфатени одговорности: комерцијална (бизнис), морална, правна и социјалната. За него *бизнис одговорност*а (комерцијалната) се однесува на реализацијата на целите за кои компанија е формирана, а нивното остварување е од интерес, како за нејзините сопственици, така и за вработените, вклучително и на менаџерите. *Моралната одговорност*, пак произлегува од етички вредности и норми и се применува секогаш, дури и во средини кога таа не е поткрепена со законски решенија или кога моралните норми се поддржани или не од општеството. За Џорџ моралната одговорност од етичката сфера во деловниот свет има предност дури и пред бизнис обврските, како и пред сите други видови на одговорност. Третата, *законската одговорност* наложува исполнување на одредени социјални барања кои се пропишани со локалната и меѓународната легислатива. Таа од компанијата бара, а тоа е и законска одговорност, сопствената легислатива да ја усогласи со државната (националната), а сеоднесува на законските решенија во фискалкната политика, во работното

[4] „Деловните луѓе се сметаат за одговорни за напредувањето на својата дејност, град, регион, земја...и тоа го покажуваат“, Ibidem, стр. 205,

[5] Таква класификација дава: Ricard T, Di Dzordz (1987), The Status of *Business Ethics*: Past and Future, Journal of *Business Ethics*,6, pp. 201-211.

законодавство и сл. И на крај Џорџ ја вредува *општествена одговорност*, која од компанијата бара да се однесува во согласност со општите морални вредности и норми и со востановеното општествено поведение. Овие видови одговорности се во интерес на бизнис политиките на компанијата, но и на добробит на целото општество.

Постојат и многу други видови одговорност во бизнисот и тие значително се разликуваат од деловната одговорност во претходните епохи. Денес одлуките и постапките се усогласуваат со законски утврдените стандарди, проследени со консеквентна одговорност за последиците од тоа, бидејќи бизнисот не трпи ненавремено извршување. Деловната етика се залага за причинско-последична одговорност и неа ја смета за најзначајна за она што е направено или испуштено да се направи. Менаџерот (одговорен агент) треба да ги сноси последиците за пропуштени или ненавремено преземени деловни активности или недистрибуирани наредби[6]. Причинската одговорност на агентот-менаџер произлегува од бизнис планот и воспоставените односи и политики во компанијата.

Деловната етика и корпоративната култура

Концептот на *корпоративната или организациска култура* има дисциплинарно значење и од таму произлегува интересот за истражување и на деловната етика. Таа се концентрира на изучување на *концептот на корпоративната култура* во сите форми на бизнис организаци, вклучително и на корпорацијата како сложен облик во сопственост на акционери, предводени од платени менаџери. Деловната етика го обработува прашањето на корпоративната култура во потесна смисла, потенцирајќи ги елементите: *содржината*, во која спаѓаат вредностите, стандардите и основните принципи, и *симболите, знаците*, кои се однесуваат на социјалниот карактер на културата како белег на средината, произлезени од процесот на нивното создавање и изградба, но и нивната повразаност со поведението на членовите на некоја група или организација.

Овие елементи се потврда дека корпоративната култура претставува комплексен феномен кој се манифестира во зависност од филозофијата на компанијата, а се темели на основните социјални и морални вредности и норми. Тие елементите го детерминираат односот на компанијата кон целта и условите на претприемничката активност, а исто така ги определуваат и насоките за развој во поглед на животната средина, социјалните услови и општеството во целина.

---

[6] Види поопширно: Robbins, Stephen P (2001), *Organizational Behavior*, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall;

Корпоративната култура во една компанија функционира како корпус на заеднички верувања, ставови, вредности, основните принципи и норми на носителите на дејноста, со што самата таа во целост го креира својот идентитет (бренд) и настојува да ги исполни претпоставките за деловните активности. Таа го одредуваат профилот на кадрите, перформансите на организацијата и поведението на вработените. Деловната етика обрнува внимание на класификациите на типовите на корпоративната култура, а мошне се изразени поделбите кои поаѓаат од одредени видови на активности и носители, а како најкарактеристични се: *мачо културата на силни (цврсти) луѓе* - се однесува на индивидуалистите во бизнисите во кои се прифаќаат ризици и најчесто од ефектите на нивните одлуки има брзи резултати. Овој тип на културата е карактеристичен за организациите од областа на трансакциите, како што се: маркетингот и рекламирањето, професионалниот спорт, во полицијата и војската, во хирургија и др., *културата на напорна работа и многу забава* - се однесува на дејностите чија основа е токму забавата, како што се продажбата на културата и производите наменети за забава, а тоа се организациите кои продаваат културни настани и компјутерска опрема, осигурителните компании, организациите ангажирани во недвижен имот или финансиските услуги и сл. Трета е *културата на ризикот или инвестиционата култура* која се одликува со висок степен на несигурност во дејноста. Во оваа група најчесто спаѓаат големите компании кои во дејностите поврзани со нафтата, патниот, железничкиот и воздушниот сообраќај, финансистките институции (банки) и се одликуваат со нивната ориентација кон иднината. На крај е *културата на постапките (административна култура)* која се карактеризира со многу низок ризик. Се среќава во административните и владини институции, во јавните претпријатија и социјалните установи каде повратните информации во врска со вршењето на дејноста на поединците се многу мали, а континуитетот се цени како врвна вредност. Во креирањето и дизајнирањето на специфичната организациска култура на една компанија влијаат и други, *објективни фактори* кои се резултат на надворешната средина. Од особена важност е *економскиот* систем во кој компанијата работи, посебно ако тој систем е модерен, рационален, ако има стимулативни мерки и ако е ориентиран кон здравата конкуренција. Посебно важен фактор се смета степенот на развојот на пазарот, особено доколку ин тој се тремели на слободната конкуренција и пазарната логика.

Сепак, за етиката најважен фактор во креирањето на деловната култура претставува *личната филозофија и поведението на раководството*. Стилот на лидерството на управувачката структура зависи од специфичната корпоративна култура на компанијата[7]. Имено, менаџерите се тие кои со нивната позиција за донесување одлуки ги наметнуваат и формита на

[7] Urlih, Peter (2008), *Integrative Economic Ethics*, Cambridge university Press;

однесување, а вработените се обврзани да се приспособат на тие модели доколку не сакаат да дојдат во конфликт со претпоставените и да се најдат во услови на мобинг. Во формирањето на нормите и стандардите на однесувањето во компанијата, покрај влијанието кое го имаат објективните фактори, сепак значителна улога играат и личните карактерни особини на сопствениците и менаџерите. Во секоја компанија, секој бизнис, треба да се формулира и да се воспостави сопствена корпоративна култура, но таа да се базира на јасно и прецизно дефинирани етички правила на однесување со кои ќе се регулираат основните системи на вредности и етички принципи, а кон кои сите во компанијата треба да се придржуваат и практично да ги применуваат. Тие се инкорпорирани во етичките кодекси кои претставуваат основа на моралното деловно поведерние на вработените.

Културни обрасци и модели на поведение во бизнисот

Деловната етика посветува големо внимание на културата како начин на човековото суштествување и традиции, но и како универзална духовна основа на општеството, бидејќи таа го определува идентитетот на секоја нација. Во таа смисла, секоја нација гради свој специфичен идентитет на културни форми и модели на однесување кои, меѓу другото, влијаат и на бизнис однесување, деловната комуникација и управување. Денес мултикултурализмот е неопходност на модерниот општествен развој и во суштина значи егзистирање на различни култури, определени од факторите: субјект, раса, пол, физички способности, сексуалната ориентација, возраста и сл. Во деловната комуникација во услови на глобализацијата, мошне важно е да се познава културата на една нација, со која треба да се работи, а пред се мора да се познава јазикот како еден начин на одразување на таа култура, потоа системот на вредности и норми, начинот на размислување и моралното поведение[8] на населението, неговата религија (голем дел од културата се темели на неа) и сл. Покарактеристични примри се:

Соединетите американски држави во се одликуваат со перманентни промени, со строго дефинирана хиерархија на функции и позиции, со овластување и одговорност која ретко се дели, со ниско чувство на колегијалност кон нивните колеги, пр. во однос на претпријатијата во Британија или Германија, но и со одговорности кои се строго дефинирани. Стилот на менаџментот е индивидуалистички бидејќи статусот на компанијата е решен со софистициран систем на именување. На бизнис состаноците Американците покажуваат доверба, професионализам и неформалност и затоа во некои европски култури не можат да бидат целосно

[8] Види поопширно: Robbins, Stephen P (2001), *Organizational Behavior*, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall;

разбрани. За нив е исклучително важно да се биде точен, а доцнењето на деловната средба се смета за гест на неучтивост. Вербалниот договор за Американците нема правно дејство, а кога би имал, тогаш повеќе се подготвени од колку другите да ја тужат другата странае доколку со тој договор не се усогласени и обврските. Исто така во голема мера е изразена супериорноста на поединецот над групата.

Спротивно на нив, *јапонската корпоративна култура* е типичен претставник на колективизмот. Во Јапонија начинот поведение и јазикот внимателно се приспособени на статусот кој се има во бизнисот и на разликите во рангот кој се зазема. Во оваа смисла премногу доминира потчинувањето на претпоставените, но изразена е и толеранцијата спрема професионалните и човечки слабости, бидејќи јапонското општество се темели на голема лојалност и доверба. Дури и давањето на подароци како гест се инкорпорирало во правилата за задолжителното поведение. Кога се даваат подароците треба да бидат спакувани во хартија со пастелни бои (се избегнуваат белата хартија и разните ленти и машнички). Јапонците веруваат дека подароците треба да се даваат во пар, бидејќи тогаш носеле среќа, но ги избегнуваат подарувањата на четири подароци, затоа што според нивните верувања бројот четири означувал смрт. Стилот на однесување на состаноците налага да се применува вообичаениот поздрав со длабоко поклонување (ракување не е прифатливо). Бизнис партнерите не се ословуваат на име, бидејќи во нивната култура тоа е дозволено само за членовите на семејството или блиските пријатели. Во деловните контакти покажуваат одбојност на физичката блискост, па затоа тапкањето по рамо се смета за грубо однесување и сл.

Во *корпоративната култура на арапскиот свет* пак, се истакнува семејната хармонија, бидејќи патријархатот претставува суштинска карактеристика на културата на повеќето арапски држави. Почитувањето на повозрасните и авторитетите се цени како должност, а лојалноста и трпеливоста се битна одлика, додека компромисот и индиректноста во голема мера се присутни во сите сфери на општествениот живот и често се применуваат во деловните контакти. Доцнењето на состанокот во многу арапски држави не се смета за непристојно, особено ако клиентот е богат и деловно поважен од домаќинот, но се смета за крајно неучтиво доколку доцнењето се потенцира. Вообичаено е на деловната средба да претходи некаков неформален разговор, а на состаноците се избегнуваат прашања поврзани со политиката или религијата, како и теми кои се однесуваат на приватниот живот, посебно оние кои се поврзани со здравјето и семејството. Во многу арапски земји доминираат мажите и не треба да се очекува придружба од спротивниот пол, па затоа не е пожелно да се носат поклони за жените. Гостите ги дочекуваат галантно, но и такво возвратно гостопримство. Нивните правила наложуваат строга навреда доколку се

понудат со алкохол. Вообичаена манифестација на арапското пријателство е мажите се држат за раце, што за западниот свет не е вообичаено.

Етички стандарди и правилата за професионално однесување

Многумина етичари укажуваат на потребата за дефинирање на универзалните морални норми и правила за професионално однесување, а нивното залагање е тие да бидат обврзани како начин на поведение во сите земји и организации[9]. Денес во услови на глобална поврзаност светот ова е особено важно бидејќи ги наметна големите разлики во економска, културна, информативна, политичка, еколошка, религиозна и морална смисла. Тие контрасти и разлики во голема мера имаат одраз во бизнисот, а со тоа и во деловната етика.

Овој универзален пристап е особено важен со оглед на фактот дека менаџерите во мултинационални компании, главно се образовани во согласност со моралните вредности и традициите на своите земји, па често пати се пред дилемата како да се усогласат контрадикциите во корпоративната култура помеѓу нивната земја и новата средина. Посебно е деликатно кога тие се наоѓаат во земји каде стандардите поддржуваат давање мито или кога знаат дека бизнисот неможе да функционира без провизии, особено кога станува збор за проблемите поврзани со загадувањето на животната средина или дискриминацијата на работното место.

Ричард Т. Д. Џорџ[10] дефинира *морален код* ко може да се примени на вкупниот меѓународен бизнис. Тој ги наведува петте основните морални норми. Првоата е т.н. *морален минимум*, кој се однесува на принципот свесно да не се предизвикува непосредна штета во ниеден случај и инсистира сите да го почитуваат, бидејќи има важност за сите луѓе, за сите корпорации и во сите земји. Со основните правила на морален минимум во работата на мултинационални операции во помалку развиените земји се задоволува и втората норма, бидејќи таа треба да ги почитува разликите меѓу земјата кои извезува и земјата увозничка и затоа *активностите на мултинационалните компании треба да бидат морално оправдани* (земјата која е извоник треба да прави добро). Третата норма е поврзана со *правата на работниците и потрошувачите*, четвртата, пак се однесува на *промоцијата и развојот на праведни позадински институции во земјата домаќин*, онака како што тие

[9] За тоа денес особено се залага универзалната етика како една од најновите етички дисциплини,

[10] Види поопширно: Ricard T, Di Dzordz (1987), The Status of *Business Ethics*: Past and Future, Journal of *Business Ethics*,6,

функционираат на меѓународно ниво, додека петтата бара *мултинационалните корпорации да се почитуваат законите на земјата-домаќин, нејзината култура, локални вредности и човековите права,* но и да не наметнуваат неморални закони.

Етички дилеми во деловните односи

Деловната етика како современ интердисциплинарен пристап во економската област ги потенцира правата, должностите и обврските кои вработените ги имаат во односите меѓусебе, но и кон сите партнери во бизнисот, кон другите организации во дејноста и кон општеството во целина. Етички дилеми со кои менаџерите секојдневно се соочуваат во нивните кариери, ја прават менаџерската работа мошне тешка и ценета. Истражувањата покажале дека поголемото отстапување од етичките норми носи побројни морални дилеми. Етиката укажува на областите каде што најчесто се доаѓа до отстапувања од етичките норми, а најкарактеристични се: корупцијата, кражбата на идеи и индустриската шпијунажа, судирот на интереси, злоупотребата на медиумите, заговорот, измамата и други појави поврзани со развојот на современото општество, како што е на пример дискриминацијата во областа на културната разновидност. Најраспространетите девијантни појави се *корупцијата и конфликтот на интереси*.

Корупцијата е голем проблем во целиот свет. Во политичката и правната теорија под корупција главно се подразбира злоупотребата на доверените овластувања за лична корист, проследени со конфликтот на интереси и непотизмот како несакани ефекти. Како мошне распространет феномен во светот, деловната етика укажува на активностите кои се најподатливи на корупцијата, а тие се јавните набавки, наплата на јавни приходи, именувањата во органите на власта, донациите во политичките кампањи и сл., а како најодговорни за присуството и распространетоста на ова евидентно зло на современото општество се посочуваат политичарите, политичките партии и јавните службеници. Деловната етика ги потенцира и начините за сузбивање на корупцијата, а тоа се: подигање на етичката свест, дефинирање на дополнителни стандарди на морално поведение и практична проверка на чесноста на носителите на јавните дејности. Овие начини за спречување на корупцијата порано влевале оптимизам дека ќе помогнат да се искорени или намали, но практиката ги демантирала, бидејќи неморалното и нелегитимно поведение заземале глобализациски размери и станале светски распространет феномен.

Конфликтите на интереси во деловна практика се многу честа појава. Тие се резултат на несовмесноста на личните и организациските интереси. Со цел да се избегне конфликтот на интереси на вработените,

деловната етика укажува на потребата да се прави стриктна разлика помеѓу приватните интереси и комерцијалните обврски, а на компаниитеостанува обврската да ги елиминираат конфликтите на интерес во процесот на обезбедување на стоки и услуги. Конфликтот на интереси повторно е карактеристичен за *јавниот (државен) сервис*. Главната задача на власта е да обезбеди органите и установа во нејзин состав да служат на јавниот интерес. Во таа смисла граѓаните имаат право да очекуваат дека секој функционер ќе ја врши својата работа чесно, на праведен и непристрасен начин. Службениците кои обавуваат јавна функција и на преден план ги стават своите приватни интереси, претставуваат закана на правото, го рушат угледот на државниот јавен сервис и влијаат на губењето на довербата на јавноста.

Заклучок

Етичката наука денес се избори за заслуженото место во рамките на светската научна мисла и со неколкуте нови дисциплини се етаблира како важен фактор во образованието на младите генерации речиси во сите држави и нации. Тоа беше резултат на неповолните тенденции кои се јавија во дваесетиот век во односот кон животот на човекот и се што е живо на планетата Земја, изразени низ двете најкрвави светски војни, низ прекумерната експлоатација на ресурсите во интерес на добивките на компаниите, низ напуштањето на позицијата на неутралност на науките и нивната (зло)употреба за профит или за уништување на луѓето, низ загадувањето на воздухот, водата и храната со прекумерниот раст на техниката и технологиите и нивната употреба во процесот на производството и сообраќајот и сл. Етичарите и научниците од другите области беа загрижени за иднината на човекот и природата и неуморно истражуваа на полето на биоетиката, еколошката етика (екософијата), универзалната етика, здравствената етика и сл., и како резултат на тоа се создадоа наведените етички дисциплини.

Меѓу нив посебно место избори и деловната етика како дел од работниот морал која ги реафирмираше одговорноста и должноста како основни вредности, но и на етичкото образование како неопходен дел на курикулумот за подготовка на младите за идни носители на дејноста во менаџментот и бизнисот. Сопствениците, акционерите и менаџерите на компаниите дејствуваат во услови на сеопшта глобализација и свесни се дека нивниот опстанок и профит зависи од прифаќањето на светските трендови во бизнисот. Во современото општество успесите во бизснисот не можат да се замислат без содржините на деловната етика.

Summary

Ethical science today is fighting for its rightful place within the world scientific thought and several new disciplines established itself as an important factor in the education of young generations in almost all states and nations. It was the result of adverse developments appeared in the twentieth century in relation to human life and all life on Earth, expressed through the deadliest two world wars, through excessive exploitation of resources in the interest of acquisitions of companies, through the abandonment of the position. The neutrality of science and it s use for profit or to destroy the people s future, through the pollution of air, water and food with excessive growth of the technique and technology and their use in the production and transport and soon. Ethic scholars and scientists from other areas were concerned about the future of man and nature and tirelessly researched the field of bioethics, environmental ethics, universal ethics, ethics in medicine and so on. And as a result has created these ethical disciplines

Among Them special plase belongs to elektions and business ethics as part of the work which had reaffirmed the duty and responsibility as core values, but also the ethicaj education as an essential part of the curicculum to repare youth for future holders of the of the activity in the management and business. Owners, shareholders and managers of companies operating in the general conditions of globalization and are aware that their survival and profits depend on the acceptance of global trends in business. In modern society business success can not be imagined without the contents of business ethics.

Литература

1. Werhane, Patricia Hogue & Freeman, R. Edward (1998), *Bleckwell Encyclopedic Dictionay of Business Ethiks*, Ohford: Blackwell Enciklopedic;
2. Urlih, Peter (2008), *Integrative Economic Ethics*, Cambridge university Press;
3. Robbins, Stephen P (2001), *Organizational Behavior*, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall;
4. Томовски, С. & Темков, К. *Деловна и професионална етика* (2006), Државен универзитет во Тетово;
5. Ricard T, Di Dzordz (1987), The Status of *Business Ethics*: Past and Future, Journal of *Business Ethics*,6,
6. Trifunović, Savo (2005), *Poslovna etika*, Kruševac, ICIM plus;ж

343.91-053.6

Доц. д-р **Ѓорги СЛАМКОВ**

ЕГЗОГЕНИ ФАКТОРИ ЗА ПОЈАВА НА МАЛОЛЕТНИЧКАТА ДЕЛИКВЕНЦИЈА

Вовед

Поаѓајќи од долготрајната транзиција, проследена со економски, политички и безбедносни кризи, нашето општество сè уште се наоѓа во состојба на стабилизација, со изразени напори за јакнење на институциите. Еден од поголемите проблеми на нашето општество е сиромаштијата,[1] што претставува значаен фактор на ризик за разните видови на неприфатливо однесување на младите, односно девијантно однесување.

Зголемениот криминал изразен преку трговија со дрога, луѓе, оружје, како и високите профити што произлегуваат од него се магнет на привлекување на младите во земјите на транзиција. Ако на ова се додадат и повремените безбедносни кризи, падот на системот на морални вредносни тогаш ќе се изјасни сликата за факторите што доведоа до пораст на девијантното однесување кај младите.

Кризата на системот доведе до распаѓање на традиционалното семејство, на семејните вредности. Родителите оптоварени со секојдневната борба за егзистенција многу често немаат време да го посветат потребното внимание кон нивните деца што само по себе остава празен простор и ризик од влијание на асоцијални појави.

Дваесет години транзиција е многу долг временски период од аспект на одржување на општествените вредности и принципи, денес состојбите се толку променети што непочитувањето на законот, корупцијата се сфаќаат како нормални појави, додека субјектите што строго го почитуваат законот се сметаат за „луѓе кои не се снашле во системот". Всушност живееме во време кога не се одбираат средства за остварување на целите, а сето тоа се одвива пред очите на најмладите. Недостатокот на комуникација помеѓу родителите и децата, нарушените брачни односи, падот на авторитетот на училиштата во остварувањето на воспитната улога, сето тоа се фактори за пораст на малолетничкиот криминалитет.

[1] Според податоците на Завод за статитстика на Република Македонија објавени во Септември 2010 година стапката на сиромаштија во Република Македонија изнесува 31%,

Современиот малолетнички криминалитет се карактеризира со постојано намалување на старосната граница за навлегување во забранетото, создавање на малолетнички банди и организирање на групи за извршување казнени дела, висок степен на агресивност и насилство, како и постојан пораст на рецидивизмот.

Клучни зборови: *девијантно однесување, деликвенција, егзогени фактори, етиологија, малолетници.*

Девијантно однесување на малолетниците

Под терминот девијантно однесување (девијација, deviation. лат.) се подразбира отстапување од нормалното, застранување, односно однесување што е општествено неприфатливо. Девијантното однесување во себе го содржи ризикот од социјално неприфатливо поведение, односно социјален ризик.

За малолетникот ќе кажеме дека е во социјален ризик доколку е зависник од употреба на дроги, психотропни супстанции или алкохол, дете – жртва на насилство, или воспитно и социјално запуштено дете кое се наоѓа во таква ситуација во која е отежнато или оневозможено остварувањето на социјалната функција на семејството[2] или детето не е вклучено во системот на образование и воспитување или се оддало на питање, скитање или проституција. Станува збор за околности што се предвесник на судирот со законот, односно деликвентното однесување.

Деликвентното однесување ги апсорбира тешките облици на асоцијално, антисоцијално и криминално однесување. Така, под малолетничка деликвенција се подразбира противправно однесување на личноста во периодот на развој предизвикан од тешкотии во биолошкиот, психолошкиот или социјалниот развој.

Малолетничката деликвенција укажува на фактот институциите на системот затаиле на повиците за помош и поддршка од малолетникот, а кои биле пратени до семејството, училиштето и други субјекти.

Теории за појава на малолетничката деликвенција

Малолетничката деликвенција е резултат на испреплетеното влијание на бројни и комплексни фактори. Многу лесно би се утврдувале овие фактори доколку постои можност за нивно изолирано испитување. Но во

[2] Закон за малолетничка правда, Сл.весник на Р Македонија бр.87/07, член 12 став 1,

реалноста тоа не е можно, причинско-последичните односи се до тој степен силни што оневозможуваат ваков пристап.

Гледано суштински факторите на пореметување во однесувањето на младите, т.е., малолетничката деликвенција се делат на две групи, внатрешни и надворешни.

Станува збор за една површна поделба која во внатрешните ги вбројува сите фактори што се однесуваат на личноста на малолетникот, тешкотии во неговиот развој, емоционалните проблеми, хормонски пореметувања што имаат негативно влијание врз однесувањето на малолетникот.

Во надворешни фактори се сметаат економската состојба во општеството, безбедносните прилики, влијанието на средствата за информирање, сиромаштијата, невработеноста, состојбата во семејството, улогата на училиштето.

Во науката мнозинството на фактори за појава на малолетничка деликвенција се групираат во три теоретски гледишта, и тоа:

- биолошки теории,

- психолошки теории и

- социолошки теории

Секоја групација поаѓа од некои сопствени фактори, својствени само за нив, настојувајќи да укаже на нивното значење.

А) Биолошките теории имаат ограничен придонес во науката бидејќи е утврдено дека биолошките фактори можат да создадат некои предиспозиции но не можат да го детерминираат деликвентното однесување.

Во оваа група се вбројуваат:

а) *антрополошката теорија*, за неа најзначајна природна наука за проучување на криминалитетот е антропологијата. Поради тоа нејзин главен претставник е италијанскиот лекар Чезаре Ломброзо.

Ломброзо долги години вршел испитување на физичките и психичките карактеристики на криминалците и врз основа на добиените резултати во 1876 година ја објавил книгата „Човекот злосторник“ (L'uomo delinquente).

Во наведеното дело истакнува дека криминалецот или злосторникот има низа на физички и психички карактеристики кои го одделуваат од останатиот свет. Во физички ги спомнува: мал череп, испакната вилица,

големи уши, ниско чело, коси очи, а во психички: лекомисленост, недостаток на морални чувства, суетност, мрзливост и т.н.

Според Ломброзо индивидуалните фактори се основната причина за криминалитетот, и со криминал се занимаваат само луѓето кои се родени криминалци.

Кај антрополошката школа центар на испитување е човекот, сторителот, а не делото. Таа се залага за апсолутен детерминизам, т.е., ако човек стори казнено дело тоа не е затоа што тој сака, туку на тоа го тера неговата внатрешна природа, неговата посебна био-психолошка конструкција.

б) *расната теорија*, создадена во 30-тите години на XX век, го дефинира криминалитетот како вродена навика и наследени предиспозиции кај припадниците на одредена раса.

в) *наследната теорија*, се јавува на крајот на XIX век, тргнува од ставот дека криминалното однесување се наследува од една на друга генерација. Станува збор за нелогична конструкција, имено, казненото дело е правен и општествен феномен, а не биолошки.

Б) Психолошките теории поаѓаат од психичките карактеристики што го одредуваат однесувањето на личноста, создавајќи врска помеѓу психичките својства на личноста и склоноста за девијантно однесување.

Во нив се вбројуваат:

а) *психоаналитичката теорија* во толкувањето на криминалното поведение се заснова на особините на личноста што се однесуваат на потсвесното во неговиот психички живот.

Суштината на оваа теорија ја претставува моделот на Фројд за структура на личноста. При тоа, претставниците на оваа теорија објаснувањето за деликвентното однесување го наоѓаат во недоволната контрола на супер-егото над нагоните и инстинктите, што придонесува за насоченост на човекот кон насилство, уништувања и други облици на неприлагодено однесување.

б) според *теоријата на интелигенција* деликвентното однесување е последица на ниската интелигенција на човекот. Претставниците на оваа теорија истакнуваат дека резултат на намалена односно ниска интелигенција е неразбирање на општествените норми.

Сосема погрешно е да се мисли дека ниската интелигенција е суштински фактор за деликвентно однесување, имено, ниската интелигенција може посредно да влијае на појавата на малолетничко

претставништво бидејќи овие лица потешко се снаоѓаат во социјалната средина.

в) претставниците на *теоријата на неприлагоденост* деликвентното однесување на личноста го објаснуваат преку влијанието на факторите што го спречуваат нејзиното прилагодување на социјалните норми на општеството.

Состојбата на неприлагоденост го создава отпорот на личноста кон конвенциите и правилата што владеат во дадената средина. Оваа теорија се базира на психичките основи на човечката асоцијалност, па затоа причините за криминалното однесување ги бара во психичките својства на поединецот.

Накратко кажано, ова претставува едностранo толкување со запоставување на останатите фактори што влијаат кон појава на општествено неприфатливо однесување.

г) според *теоријата на фрустрација* факторите за деликвентно однесување на поединецот се лоцираат во лишувањето од одредени добра, а посебно на неостварените очекувања во општеството.

Според теоријата, фрустрацијата ги создава корените на агресијата, односно го создава агресивниот потенцијал што претставува основа за непредвидливо однесување, вклучувајќи го и деликвентното.

Карактерот на реакцијата, условена од фрустрацијата, во голема мера ќе зависи од спецификите на личноста, односно доколку постои висок степен на самоконтрола реакцијата ќе биде контролирана и може да се избегне деликвентното однесување, т.е., може да резултира со општествено корисни активности, во спротивно патот кон извршување неприфатливи поведенија ќе биде отворен.

В) Социолошките теории за своја основа го земаат општеството и условите во него. Не ги отфрлаат ставовите на биолошките и психолошките теории, но сепак во преден план ги стават социјалните прилики и нивното влијание во извршувањето на казненото дело или некое друго штетно поведение.

Во оваа група се вбројуваат:

а) според *теоријата на диференцијална асоцијација и идентификација* причините за криминалното однесување на поединецот произлегуваат од неговото поистоветување со деликвентните групи, односно непосредно учество во извршувањето на делото или контактирање со сторителите.

Оваа теорија деликвентното однесување не го третира за вродено туку за стекнато, научено во комуникација со такви структури. Имено, процесот на учење се одвива низ развојот на личноста, во интеракција со девијантните групи.

Меѓутоа, оваа теорија не врши генерализација дека сите лица што имаат допир со криминални групи и самите ќе станат криминалци. Таа не заборава на индивидуалните карактеристики на личноста и токму во овој дел ја прави врската со биолошките и психолошките теории.

б) *теоријата на аномија* корените на криминалното однесување ги лоцира во општеството и неговата поставеност. Всушност, аномијата настанува кога во општеството не постојат јасни норми и критериуми за одредување на начинот на однесување на луѓето во средината. Во таква состојба луѓето стануваат вознемирени и дезориентирани, а тоа може да биде причина за појава на криминалитетот.

Состојбата на аномија ја следи општествената дезорганизација како отсуство на норми и на нивно непочитување, што доведува до беззаконие и разбивање на моралното единство на општеството и на заедничката колективна свест изразена во законите.[3] Разбивањето на општествените норми значи и неможност општеството да оствари контрола над поединците. Додека стабилното општество во кое владее правото може на поединецот да му овозможи легално достигнување на аспирациите, аномичното општество таквата можност на своите членови им ја одзема со што се отвора патот кон алтернативните решенија за постигнување на целите, меѓу кои и криминалното однесување.

Состојбата на аномија се определува како беззаконие, односно кога старите норми повеќе не се функционални, а нови не се создадени, односно општествените односи ја немаат потребната регулација.

в) *теоријата на деликвентни субкултури* поаѓа од ставот дека деликвентните групи имаат сопствени вредносни системи и ориентации, со кои се издвојуваат од останатите општествени групи. Субкултурите се карактеризираат со постоење на групна самостојност и неприфаќање на систем на правила што доаѓа од надвор.

Феноменот субкултура се смета за значаен фактор за создавање малолетничка деликвенција. Во животот секоја единка се поврзува со група која е својствена на неа, т.е., нејзините погледи, потреби, материјални прилики и слично. Доколку се вклучи во група што има позитивни тенденции тогаш социјализацијата ќе биде успешна, но доколку е во

[3] Велкова Татјана, Феноменологија на малолетничкиот криминал во Република Македонија во периодот 1981-2000 година, Штип 2006 година, стр.30

прашање група со криминогени активности, без систем од морални вредности тогаш ризикот од создавање нов криминалец е многу голем.

Деликвентната субкултура има свои норми на однесување и цели, по што од малолетните деликвенти се бараат однесувања што се неопходни за остварување на суштинските стремежи на субкултурата. Таа поттикнува на вршење бројни и тешки казнени дела со цел докажување на одреден статус во групата и зголемување на влијанието.

Г) Во современата научна мисла за проучување на малолетничката деликвенција е прифатена *мултифакторната теорија*. Станува збор за комбиниран пристап во истражувањето со измешаност на социолошки, биолошки и психолошки моменти бидејќи едностраниот пристап во никој случај нема да овозможи согледување на појавата во вистинската смисла. Таа поаѓа од фактот дека деликвентното однесување на младите е комплексна појава условена од бројни фактори. Според неа, мултидисциплинарниот пристап е основа на секое истражување бидејќи бројните науки (криминологија, психологија, социологија и др.,) ќе изградат сопствен но и заеднички поглед кон дефинирање на проблемот.

Етиологија на малолетничката деликвенција

Горенаведените теории ги отворија вратите за дефинирање на етиолошката страна на малолетничката деликвенција. Создадоа широк пристап на гледишта за појавата со настојување секој од нив да го добие приматот за дефинирање.

Генерално гледано сите фактори за појава на малолетничката деликвенција се групираат во две целини:

- егзогени фактори и
- ендогени фактори,

Егзогени фактори

Егзогените фактори преставуваат значајна компонента помеѓу причините за појава на малолетничка деликвенција.[4] Во нив, како фактори што посебно влијаат на деликвентното однесување на малолетниците, како

[4] Ignjatovic, Kriminologija, Nomos, Beograd, 1992, стр. 241

и на постојаното зголемување на бројот на малолетни сторители на казнени дела се истакнуваат економските кризи, миграциите, нарушените семејни односи, слабостите во образовниот систем и влијанието на средствата за масовна комуникација.

а) Утврдено е дека во услови на економска криза и економска несигурност на граѓаните доаѓа до пораст на криминалитетот. Од своја страна, економските кризи се карактеризираат со невработеност, сива економија, намалување на платежната способност и стандардот на граѓаните. Економските кризи се проследени со раслојување на населението, т.е., на едната страна се мала група на луѓе, најчесто збогатени на криминален начин, а на другата се мнозинството, кои за кратко време паѓаат во сиромаштија. Економските кризи се силен фактор за појава на семејни кризи, депресија, социопатолошки појави и криминалитет, притоа најчести се имотните деликти.[5]

Важен економски фактор што има влијание врз деликвентното однесување е невработеноста. Постои тесна врска помеѓу малолетничката деликвенција и имотните деликти, условена токму од невработеноста. Последиците од невработеноста се далекосежни, т.е., од една страна се социопатолошките појави, како алкохолизам, проституција, а од друга е криминалот.

Стапката на невработеност во Република Македонија е меѓу највисоките во Европа, [6] а особено висок е процентот на младата популација, што само по себе претставува поголем проблем.

Неизбежна последица на економските кризи и невработеноста е појавата на сиромаштво. Од своја страна сиромаштвото има силно влијание врз стапката на криминалитет, посебно имотните деликти.

Станува збор за состојба кога недостасуваат основни средства за достоинствен живот. Постојат бројни индикатори за нејзино утврдување, и тоа: зголемена смртност, глад и непрехранетост, неадекватни станбени услови, општествена изолација и дискриминација.

Ова е состојба што се карактеризира со трајна или хронична скратеност на ресурси, можности на избор и стандарди што се потребни за адекватен животен стандард и остварување на останатите граѓански, економски, политички, социјални и културни права.

[5] Зоран Сулејманов, Македонска Криминологија, Графохартија 2000 година Скопје, стр.629

[6] според податоците на Заводот за статистика во последните десет години стапката на невработеност се движи меѓу 30 – 40 % од работоспособното население

Периодот на транзиција се карактеризира со промени во сите сегменти на животот, прилагодување кон условите на пазарната економија, но и со слабости во социјалната област, поради што општеството не може да ја реализира потребната грижа за децата. Таквите околности се идеален генератор на малолетничката деликвенција поради што е нужно брзо реагирање на општеството за елиминирање на опасностите.

б) Голем број на истражувања го потврдуваат фактот дека малолетничкиот криминалитет е појава што е многу повеќе изразена во урбаните средини во споредба со руралните.

Урбанизацијата подразбира миграција од помалите населени места во поголемите, т.е., градовите, најчесто поврзано со економски причини, посебно индустријализација.[7] Со неа на мал простор се концентрира поголема популација при што можноста од појава на малолетни деликвенти е поголема.

Прилагодувањето на новата средина зависи од неколку фактори, и тоа: личните карактеристики на родителите и децата мигранти, причините за миграција, како и од приемот од средината на доселување. Во секој случај миграцијата внесува одредена доза на стрес во семејството, и доколку е проследено со тешкотии во семејството и условите за живот, се зголемува ризикот од појава на деликвентно однесување кај децата.

Миграцијата може да има негативно влијание врз развојот на личноста бидејќи со преселбата се губат врските со домицилната средина, се создава поинаков начин на живот, со одреден степен на отуѓеност, осаменост, неприлагоденост.

Како резултат на горното, урбанизацијата односно миграцијата создава цела низа социјални прашања што имаат криминогено значење, и тоа, тешкотии во адаптирањето, нови вредности, невработеност и нерешени станбени прашања.

в) Семејството претставува природна и неизбежна средина во која личноста на детето со текот на годините се обликува во личност на возрасен, способен да учествува во сите општествени процеси. Всушност, семејството е социјална заедница во која од самото раѓање се одвиваат незаменливи процеси на воспитување и социјализација.

Со процесот на индустријализација се сменија многу работи околу структурата и функционирањето на современото семејство. Бројот на

[7] Сулејманов, op. cit., стр.613

неговите членови е помал, што укажува на фактот дека многу поголемо внимание се посветува на воспитувањето, но и на меѓусебните односи што се базираат на заемно разбирање и доверба. Сепак бројот на разводите секоја година е во пораст што се должи на меѓусебното недоразбирање, како и на повисокиот степен на економска независност. Динамичниот начин на живот со строго определено работно време и редуцирањето на содржината на семејниот живот, како и зголемениот стрес и невротични состојби, доведуваат до создавање на конфликтни состојби во семејството.[8]

Денес често пати се среќаваме со семејства во кои односите се нарушени и нескладни, а децата поради нивната ранливост стануваат најзагрозени субјекти. Децата се зависни од родителската грижа, помош, внимание, љубов, и доколку овој однос затаи тогаш децата се жртви. Поради тоа грижата за децата станува најважен дел на социјалната политика на секое цивилизирано општество.

Влијание врз појавата на малолетничката деликвенција имаат и нарушените односи меѓу брачните другари. Ваквите судири имаат влијание врз целокупните семејни односи, бидејќи се проследени со несогласувања меѓу сопружниците, алкохолизам или казниви поведенија.

Семејното насилство преставува изразито штетна појава, со висока темна бројка. Има показатели кои упатуваат дека токму во семејството се случуваат бројни, тешки и особено штетни насилни појави, што во најголем број остануваат неоткриени.

Семејното насилство е резултат на кризата во системот на вредности во општеството. Најопасен вид на семејно насилство е оној што се случува над децата, бидејќи се работи за битија што ниту физички ниту психички не се спремни да го поднесат насилството, а последиците имаат траен карактер. Особено штетни последици оставаат вербалните конфликти и емоционалните испади кои детето сè уште не ги разбира но оставаат трајни последици врз неговиот иден развој бидејќи му се оневозможува родителското внимание и љубов.

Причините за општествено неприлагоденото однесување на малолетникот треба да се бараат онаму каде децата и малолетниците треба да бидат најсигурни, т.е., во семејството како најзначајна општествена институција за воспитување и заштита. Но, во современи услови, семејството доживеа таква деструкција што доведе до отежнато остварување на неговите функции. Дезорганизацијата на семејството се одразува на однесувањето на децата и малолетниците бидејќи во фазата на биопсихолошки развој се соочуваат со кризи од секаков вид.

[8] Eliot Mejbl, Zlocin u suvremenom drustvu, Veselin Maslasa, Sarajevo, 1962, стр.154

г) После семејството, училиштето е местото каде малолетникот го поминува најголемиот дел од денот, стекнувајќи се со академски знаења, вештини и способности. Училиштето е институција која ги подготвува малолетниците за активен и креативен однос во општеството, тука се соочуваат со свет во кој ја нема привилегираната положба од семејството, се бара способност за прилагодување во новата средина, прифаќање и почитување на некои нови правила и систем на вредности.

Престојувајќи секојдневно во училиштето малолетникот формира сопствен поглед кон светот, се приврзува кон групите со слични гледишта, односно ја развива сопствената личност. Овде се наоѓаат голем број на фактори што може да продуцираат негово деликвентно однесување. Како индикатори за таквите варијанти се јавуваат: проблеми со дисциплината, лош однос со врсничката група, слаби оценки, агресивност кон наставниците и соучениците, не треба да се заборави бегањето од училиште, кое е еден од првите индикатори за идното деликвентно однесување.

Многу често во училиштата се јавува насилство помеѓу самите ученици, и тоа во разни облици: физичко, вербално, економско, сексуално или емоционално. Секој од нив има појавен облик, така физичкото насилство се карактеризира со физички удари, буткање, т.е., употреба на сила врз телото на жртвата. Вербалното подразбира навредување, ширење на невистинити гласови, исмејување, давање на погрдни имиња. Економското насилство ги опфаќа кражбите и изнудата на средства, додека сексуалното се состои од навредливи коментари на сексуална основа како и недозволиви физички контакти. На крај овде е и емоционалното насилство кое подразбира игнорирање на жртвата, нејзино исклучување од групата.

Речиси е невозможно образованието да се испитува како фактор за појава на деликвентното однесување на малолетниците независно од останатите фактори. Училиштето само по себе не може да биде причина за девијации во однесувањето, но тоа е првото место каде деликвентното однесување може да се манифестира во сериозни размери.

д) Еден од можните факторите за деликвентното однесување на малолетниците е неправилното користење на слободното време. Познато е дека малолетниците повеќето деликвентни дејствија ги реализираат во слободно време. Сепак ова не смее да значи дека неорганизираното слободно време треба да се гледа како исклучив и самостоен фактор, всушност станува збор за комплексна појава зависна од условите во средината и карактеристиките на малолетникот.

Неправилно организираното слободно време во комбинација со врсничка група со антисоцијални вредности е сигурна комбинација за идното деликвентно поведение. Листата на деликвенција е голема но

најчесто овие малолетници се определуваат се консумирање на наркотични средства. Всушност, наркоманијата е една од социопатолошките појави на денешницата што зазема загрижувачки негативни ефекти.

Последиците од злоупотреба на дроги се бројни и комплексни и се рефлектираат на повеќе полиња, и тоа,

- телесни оштетувања, т.е., понекогаш во форма на срцеви аритмии предизвикани од предозираност, но и како хепатитис, неуролошки и кожни заболувања.

- ментални пореметувања и промени во карактерот, т.е., голем број на психички проблеми настануваат по долготрајното злоупотребување на дрогата, како и во случај на предозираност, замена на еден вид на дрога со друг, или после одреден период на апстиненција. Во почетниот период на злоупотреба на дрогите асоцијалното однесување се манифестира со социјална изолација, со што на симболичен начин се демонстрира игнорирањето на општествените вредности. Меѓутоа во натамошниот период се создава состојба на перманентна конфронтација со позитивните социјални норми и вредности.

- девијантно однесување, т.е., станува збор за дејствија исполнети со непредвидливост, импулсивност и бруталност. Најпрво доаѓа до промени во однесувањето на малолетникот во училиштето или во други социјални групи. На криминалното однесување му претходат низа девијантни испади: просење, проституција, продажба на сопствени или семејни предмети и вредности.

- криминално однесување, т.е., се јавува во облик на директен и индиректен криминалитет. Директниот се манифестира со разни облици на асоцијално однесување за да се дојде до обезбедување на потребната количина дрога, додека во случаи на индиректен криминалитет зависникот преку социјално недозволено активности се обидува да дојде до средства за купување дрога. Дистрибуцијата и криумчарењето на дрога се базира на принципот на вертикална хиерархија. На дното се наоѓаат ситни препродавачи на дрога, во главно зависници, познати како „дилери“. Недостатокот на средства за набавка ги води кон криминалитетот. Следни во низата се трговците со дрога, односно лицата на кои трговијата и криумчарењето им е единствено занимање. На врвот се наоѓаат главните организатори што се исклучиво моќни, располагаат со огромни финансиски средства, кои се анонимни и тешко достапни за законот.

ѓ) Постојат различни гледишта за влијанието на средствата за јавно информирање врз младите, според некои нивното влијание е огромно, додека според други е незначително. Сепак живеејќи во време на

глобализација, со молскавична размена на информации, со „зависност“ од користење на интернет, компјутери, телевизија, печатени медиуми, би можеле да кажеме дека животот на современиот човек е незамислив без средствата за јавно информирање.

Влијанието на медиумите е многу големо, меѓутоа прашањето е дали тоа е канализирано во позитивна или негативна насока. Преку нив се добива огромно количество на едукативни, информативни и забавни содржини, што имаат силно влијание врз градењето на личноста, т.е., нејзината социјализација. Сепак, преку презентирањето на содржини исполнети со насилство, криминалитет, асоцијалности и слично, се врши негативно влијание врз развојот на младите. Овие содржини влијаат на промените во психофизичкиот развиток, врз процесот на идентификација, како и на откривањето на нови полиња на истражување.[9]

Насилството во медиумите, посебно во телевизијата, влијае во креирањето „модел“ на девијантно однесување кај младите. Се разбира дека само по себе тоа нема да го создаде криминалецот, затоа е потребна база во која ќе развива овој фактор, а тое се малолетниците што манифестираат агресивни црти во нивното однесување.

Самиот начин на кој се презентираат настаните во јавноста влијае на генералната превенција или криминализација, така, доколку медиумите го глорифицираат криминалниот акт на поединец или група тоа ќе создаде критична маса од помлади луѓе што ќе се поистоветат со сторителот/ите, со желба да извршат дело од иста или слична природа. Затоа пристапот на медиумите треба да биде со поголема доза на претпазливост во насока на негативните последици од „спектакуларните“ вести.

Summary

One of the most turbulent periods in the person live is adolescence, especially, the transformation from child to adult. During this period the person is faced with various problems and tasks set before him, with strong biological and psychological changes.

Build your own identity and position in society is the center around which all events take place. The need for connection and friendship to the peer group gets momentum if connected to a group who foster positive values and goals. Then we will talk about satisfying process.

[9] Lukac Sergije, Utecaj sredstava masovnog informiranja na devijantne pojave, JRKKP, Beograd, 1973/2, str.465

However, if the system doesn't control then will have conflict situations, that identification with deviant groups asking ourselves after a similar value system and way of behavior in the community. These roots produce a large consequences of juvenile delinquency.

The causes of this type of delinquency with there forms and manifestation are important and extremely complex social problem. These are people who have not yet reached the world of adults and have made an offense for which are the subject of criminal procedure or sanction is imposed.

Its prevention must be the result of coordinated action, with clearly defined rights and obligations of all participants in the socialization of young people, primarily the family, educational institutions, centers for social work, the bodies of internal affairs and the courts.

Литература

1. Закон за малолетничка правда, Сл.весник на Р Македонија бр.87/07,
2. Велкова Татјана, Феноменологија на малолетничкиот криминалитет во Република Македонија во периодот 1981-2000 година, Штип 2006 година,
3. Зоран Сулејманов, Македонска Криминологија, Графохартија 2000 година Скопје,
4. Lukac Sergije, Utecaj sredstava masovnog informiranja na devijantne pojave, JRKKP, Beograd, 1973/2,
5. Ignjatovic, Kriminologija, Nomos, Beograd, 1992,
6. Eliot Mejbl, Zlocin u suvremenom drustvu, Veselin Maslasa, Sarajevo, 1962,

323.14(100)

Assistant Prof. **Stojan SLAVESKI,** Phd

ETHNIC CONFLICT REGULATION

Abstract

With some 5000 to 8000 ethnocultural groups in the world, and only around 200 states, simple arithmetic shows that the most states are inevitably going to be shared by more than one ethnic group, and often by dozens. Hence the conflicts among different ethnic groups are expected. The real issue is how these conflicts are managed. Most political theorist working on this issues focus on three methods for managing differences. Those are: territorial autonomy (e.g. federalism), non-territorial autonomy (e.g. power-sharing and consociationalism); and multicultural integration. All these approaches involve significant elements of minority rights. Many scholars in the ethnic conflict area advocate one or more of these three options as having proving success in managing ethnic conflict. However all of them are focused on similar challenge: how to show respect for diversity in a pluralistic society and at the same time not eroding the bonds of citizenship. In this article we will focus on two contemporary models of conflict management, "power sharing" and "multicultural integration". We will live aside concept of territorial autonomy because it is in some way discussed in power sharing model.

Key words: *ethnic conflict, power-sharing, multicultural integration*

Introduction

In the ethnic conflict literature we can find different methods of eliminating and managing ethnic differences, both democratic and non-democratic. According to McGarry and Brendan O'Leary's taxonomy of the methods of the macro-political forms of ethnic conflict regulation we can speak about forth methods for eliminating differences: (a) genocide; (b) forced mass-population transfers; (c) partition and/or secession; and (d) assimilation; and forth methods for managing differences: (a) hegemonic control; (b) territorial autonomy (cantonization or federalization); (c) non-territorial autonomy (consociationalism or powersharing); and (d) multicultural integration.[1] This typology shows that

[1] McGarry J., and O'Leary B., *The Politics of Ethnic Conflict Regulation*, Routledge, London, 119, pp. 4-38, cited by: Will Kymlicka and Wane Norman, "Citizenship in Culturally Diverse Societies:

there are many "methods" of ethnic-conflict resolution; however the first two methods for eliminating differences (genocide and forced mass-population transfers) are without defenders amongst contemporary Western political theorists. The first system for managing differences, namely, hegemonic control, has a few defenders as well. These methods of regulating ethnic conflict are outside the boundaries of political theorizing, not just because they are special, but because amongst Western political theories no one disputes that that these are unfair and illegitimate. The legitimacy of the remaining forms of ethnic conflict regulation is an issue of considerable debate. Also it is generally accepted that partition or secession merely relocates problems of ethnic conflict and minority rights to the successor states, often with brutal consequences.

There has been a grate debate about "the legitimacy of assimilation", the last method for eliminating differences. According to Donald L. Horowitz, this method, which comes naturally to Anglo-American democrats, is to think of majority rule with strong minority rights. But it is instantly obvious that for the big minority (for example 40% of the total share) the prospect of continuing exclusion from governmental power makes this an unsatisfying course, both practically and theoretically. It is practically unsatisfying because without a minority share of power, or at least the threat of a share of power, minority rights are likely to become weak. It is theoretically unsatisfying because democratic theory sees electoral politics as a matter of choice, rather than origin, and does not consider "ascriptive" majority rule to be what is meant by majority rule at all. When elections are wholly governed by origin, the term election is not quite appropriate.[2] By assimilation McGarry and O'Leary understand "the idea of trying to eliminate difference within the state by seeking to integrate or assimilate the relevant ethnic communities into a new transcendent identity".[3] This can be achieved more or less coercively, but the aim is to establish a single, common national culture, that merges all pre-existing ethnic differences.

However, Will Kymlicka and Wane Norman remind us to distinguish assimilation from what they call "multicultural integration". Although both propose a new transcendent identity, the identity of citizenship, they have different approaches how to integrate diverse ethnic groups. They see "multicultural integration" not as a means to eliminate cultural differences of various ethnic groups but rather as a tool that accepts different ethnocultural background of identities which are inherently bound to citizens. They expect, in due time, recognized and accommodated ethnic groups to transfer themselves into "multicultural citizenships" in a given state. These two concepts are still a matter of some debate.

Issues, Contexts, Concepts", in Will Kymlicka and Wane Norman (ed.), *Citizenship in Diverse Societies*, Oxford University Press New York, 2000, p. 12.

[2] Donald L. Horowitz, "Conciliatory Institutions and Constitutional Processes in Post-conflict States", in *William and Mary Law Review*, Vol. 49, 2008, pp. 1213-1248.

[3] McGarry J. and O'Leary B., op. cit., p. 13.

Most political theorist working on this issues focus on three methods for managing differences from above taxonomy. Those are: territorial autonomy (e.g. federalism), non-territorial autonomy (e.g. power-sharing and consociationalism); and multicultural integration. All these approaches involve significant elements of minority rights. Many scholars in the ethnic conflict area advocate one or more of these three options as having proving success in managing ethnic conflict. However all of them are focused on similar challenge: how to show respect for diversity in a pluralistic society and at the same time not eroding the bonds of citizenship. In our further analyses we will focus on two contemporary models of conflict management, "power sharing" and "multicultural integration". We will live aside concept of territorial autonomy because it is in some way discussed in power sharing model.

1. Model I: Power Sharing or Consociational Democracy

Arned Lijphard[4] proposes one of the more familiar forms of group-based political representation, namely consociationalism. Under a scheme of "consociational democracy" or "power-sharing", each group is guaranteed a place in the cabinet, which therefore becomes a "grand coalition", as well as decree of proportionality in other areas of the political and bureaucratic process. Moreover, minority groups have a veto over certain basic issues that affect their vital interest.

Lijphard argues that this system helps ensure basic fairness in political decision-making, and prevents democracy from degenerating into a system of "majority tyranny". But one danger with consociationalism, or any other form of group representation, is that it requires someone to decide what the relevant groups are. Hence he proposes an alternative form of consociationalism, in which groups would be free to organize themselves into separate political parties, which would then be elected on the basis of a system of proportional representation. This, he argues, would combine the benefits of minority representation with the benefits of authentic and consensual, rather than coercively imposed, group self identification.

He uses the terms "deeply divided society" and "plural society" as synonyms. A "plural society" is defined as a society that is sharply divided along religious, ideological, linguistic, cultural, ethnic, or racial lines into virtually separate subsocieties with own political parties, interest groups, and media of communication. These subsocieties, are referred as segments. As the definition of plural society indicates, segments can differ from each other in several ways: in terms of religion, language, ethnicity, race, and so on. The most common of these is ethnicity, but the different categories overlap considerably as well. Ethnic differences imply cultural differences and often linguistic differences as well.

[4]Arned Lijphard, "Self-Determination versus Pre-Determination of Ethnic Minorities in Power-Sharing Systems", in Will Kymlicka (ed.), *The Rights of Minority Cultures,* Oxford University Press, New York, 1995, pp. 275-288.

Furthermore, cultural differences frequently include religious differences. So he makes the general assumption that "segments" are "ethnic segments" and, in particular, ethnic minorities.

Lijphard defines "consociational democracy" in terms of four basic principles: two primary principles (grand coalition and segmental autonomy) and two supplementary or secondary principles (proportionality and minority veto).

A grand coalition is an executive in which the political leaders of all significant segments participate. It may take various institutional forms. The most direct format is that of grand coalition cabinet in a parliamentary system. In presidential systems, it may be achieved by distributing the presidency and other high offices among the different segments. These arrangements may be strengthened by broadly constituted councils or comities with important coordinating and advisory functions.

Segmental autonomy means the delegation of as much decision-making as possible to the separate segments. It complements the grand coalition principle: on all issues of common interest, the decisions should be made jointly by the segments. On all other issues decisions should be left to each segment. A special form of segmental autonomy that is particularly suitable for divided societies with geographically concentrated segments is federalism. Even when ethnic groups are geographically concentrated, the boundaries between different ethnic groups never perfectly divide these groups from each other. This means that territorial federalism can never be a perfect answer to the requirements of ethnic and cultural autonomy. So it is recommended for autonomy on a non-territorial basis that is individual basis. The consideration is becoming more and more important as individual mobility in modern societies increases and dilutes the geographical concentration of ethnic groups. If the segments are geographically intermixed, segmental autonomy will have to take a mainly non-territorial form.

Proportionality is the basic standards of political representation, civil service appointments, and allocation of public funds. As a principle of political representation, it is especially important as a guarantee for the fair representation of minority segments. There are two extensions of the proportionality representation of small segments and parity of representation (when the minority of minorities are over-represented to such an extent that they reach a level of equality with the majority or larger group). The principle of proportionality is already favorable to minority, especially small minorities, but it may be extended even further by giving minorities more than proportional representation. The advantage that minorities derive from overrepresentation should not be exaggerated, however.[5]

[5] The stronger protection for minorities in power-sharing system is provided by guaranteed representation, guaranteed autonomy, and, if necessary, the use of minority veto. Compared with these strong weapons, overrepresentation is no more than a marginal benefit.

The minority veto is the ultimately weapon that minorities need to protect their vital interests. Even when a minority segment participates in a grand coalition executive, it may be overruled or out-voted by the majority. This may not present the problem when only minor issues are being decided, but when minority's vital interests are at stake, the veto provides essential protection. The Minority veto can be either an absolute or a suspensive veto, and it may be applied either to all decisions or to only certain specified kinds of decision, such as matters of culture and education.

Lijphard argues that this model is an appropriate answer to the problem of deeply divided societies. But he adds that the principles of this concept should be thought of as broad guidelines that can be implemented in a variety of ways- not all of which, however, are of equal merit and can be equally recommended to divided societies. In particular, the problem of potential discrimination is especially serious when in countries where there are two or more large segments, which will obviously be recognized as participants in the power-sharing system, but also one or more very small minorities. These minorities run the risk of being overlooked or disregarded.

To implement such a model for conflict resolution and democratic development of the country there is a need to have some preconditions. First, it is necessary to have at least three segments in the society in order to be successful, otherwise it transforms into a bi-national state. Second, it is very expensive model and need solid economic preconditions. Third, a model requires political culture and trust among the all political actors involved in the process.

1.1 Critics to consociational democracy: A Centripetal approach

The consociational approach is essentially a regime of guarantees. It postulates that all major groups will be represented in governing grand coalitions in proportion to their numbers, as determined by election results; that, to facilitate proportional inclusion in cabinets, elections will be conducted by a proportional electoral system; that major decisions will be made in cabinet by consensus; that financial allocations and civil service representation will be proportional to group membership; and that matters of concern to only one group will be left to that group to deal with autonomously. So, the underlying principles are proportional inclusion, mutual group vetoes on major issues, and group cultural autonomy. The grand coalition implies that the model of government and opposition is rejected. Consensual democracy replaces majoritarian democracy, and opposition is necessarily located inside government. Group vetoes on ethnically divisive issues mean that much government action is precluded or accomplished only when veto players can be compensated.

This model suggests that, in a severely divided society, it is vital to encourage compromise and accommodation, which moderates are more likely to

achieve than are those with completely opposite programs. According to Horowitz, in this model policy process becomes complex. Moreover, the inclusive assumptions of the model prefer, if they do not foreclose, certain constitutional design decisions; for example, cabinet government is necessarily parliamentary rather than presidential. Inclusion also means that cabinets are not formed on the basis of ideological affinity. The assumption, almost always correct, is that parties in severely divided societies are based on ethnic identification, and ethnic extremists are to be represented proportionately along with moderates.[6]

The alternative approach aims, therefore, to support moderates against extremists. This approach does not abandon majoritarian democracy, but it aims at majorities that are cross-ethnic and at governments formed by moderate interethnic coalitions. Because it seeks to support the moderate middle, this perspective is frequently referred to as the centripetal approach; its principal tool is not a regime of ethnic guarantees but the provision of incentives, usually electoral incentives, that accord an advantage to ethnically based parties that are willing to appeal, at the margin and usually through coalition partners of other ethnic groups, to voters other than their own.[7] The underlying mechanism is that, to appeal to voters other than one's own and to form interethnic coalitions in a conflict-prone society, ethnically based parties must demonstrate that they are moderate and willing to compromise on ethnic issues. The particular electoral systems employed to encourage moderation vary with the circumstances. In some cases, the alternative vote, a preferential system that facilitates the interethnic exchange of second and subsequent preferences, has been used.[8] In other cases, where territory is a substitute for ethnicity, territorial distribution of the vote, in addition to a plurality of votes, has been required for electoral victory. This is particularly helpful in presidential elections, in order to induce candidates to become pan-ethnic in their orientation. In other cases, multimember constituencies with ethnically reserved seats but common-roll elections have facilitated the emergence of mixed tickets of ethnic moderates. The centripetal approach does not generally favour list system proportional representation, which it sees as producing results that reflect, or even exacerbate, existing ethnic cleavages. Besides electoral incentives for moderation, the centripetal approach has a number of other tools it employs.

The aims of centripetalists are always directed at moderation, but the means they advocate are not always the same. For instance, on the well-supported

[6] Donald L. Horowitz, "Conciliatory Institutions and Constitutional Processes in Post-conflict States", in *William and Mary Law Review*, Vol. 49, 2008, pp. 1213-1248.
[7] See, e.g., Timothy D. Sisk, *Power Sharing and International Mediation in Ethnic Conflicts*, 1996. Sisk also refers to this approach as "integrative," a less apt description, because the approach aims at a modicum of cooperative political behaviour but not at anything like the dissolution of group boundaries or the creation of bonds of friendship.
[8] See: Benjamin Reilly*, Democracy in Divided Societies: Electoral Engineering for Conflict Management*, 2001, pp. 18-19.

assumption that multipolar ethnic conflict is more fluid and generally less dangerous than bipolar conflict, centripetalists try to preserve multipolar fluidity where it exists, rather than allow it to degenerate into division; they may also look favorably on the use of subgroup cleavages to foster alliances between portions of one group and portions of another. For such purposes, both electoral and territorial engineering may provide incentives.

Neither the consociational nor the centripetal approach has abolition of ethnic conflict as its agenda. Both accept the existence of ethnic cleavages and attempt to manage their effects—in one case, by guaranteed representation and outcomes and in the other, by various regimes of incentives to moderation, cooperation, or fragmentation. The consociational approach has a well-specified menu of institutions, whereas the centripetal approach is at home with a variety of governmental institutions, presidential or parliamentary, provided that appropriate incentives are built in.

So far as parties and elections go, consociationalists aspire to a post-electoral compromise—hence the grand coalition—whereas centripetalists aspire to a pre-electoral compromise—hence various incentives to induce parties to pool votes and form coalitions across group lines. According to the latter, pre-election compromise is superior, because it requires that parties make commitments to moderate their ethnic claims in order to secure alliances and electoral support across group lines, whereas compulsory post-election coalitions require no such commitments.

Both approaches have been subject to considerable criticism. Consociationalism has been called motivationally challenged, because it assumes that a majority ethnic group, where one exists, will be willing to exchange the complete power it could gain through the polls for a frustrating system of power sharing, including minority vetoes. When majorities are weak, however, or when they forecast future weakness, they have sometimes been willing to accept a consociational formula, as they did in Northern Ireland in 1998, Cyprus in 1960, Bosnia in 1995 and Macedonia in 2001. Civil wars, therefore, can sometimes be brought to an end with consociational arrangements, but the desirability and durability of such agreements are often in doubt.

To the extent that the motive for this exchange of monopoly power for shared power is assumed to be statesmanship, the inarticulate presupposition is that political leaders in severely divided societies are less ethnocentric than their followers and therefore willing to forego zero-sum outcomes for cooperative schemes. On this, the evidence is mixed at best. In some countries, leaders are more tolerant than followers; in others, they are equally or less tolerant.[9] Furthermore, the willingness of leaders to form interethnic coalitions can produce

[9] Donald L. Horowitz, "Self-Determination: Politics, Philosophy and Law", in (Ian Shapiro & Will Kymlicka eds.), *NOMOS XXXI: Ethnicity and Group Rights*, 1997, pp. 439-457.

a negative reaction among members of their own groups, which in turn can lead to the formation of new, ethnically exclusive parties on the flanks. If so, what begins as a grand coalition may end as a coalition of the middle, opposed by extremists on the flanks who are able to thwart interethnic compromise by making inroads into the support of those who join such coalitions. In short, the grand coalition may not be durable. As an empirical matter, completely inclusive coalitions are rare in democratic countries, even those utilizing some consociational devices, such as Belgium.[10]

Other elements of the consociational dispensation are vulnerable as well. A longstanding literature attacks proportional representation as a polarizing system that increases the distance between voting blocs in societies that already possess some degree of polarized identities. Group vetoes can produce a great deal of policy immobilism. The frequent use of such vetoes by the Turkish minority on Cyprus led the Greek majority to terminate the consociational arrangement of 1960 within three years. Cyprus lapsed into civil strife and eventually a Turkish invasion and partition.[11] Bosnia's consociational constitution, embodied in the Dayton Accords of 1995, has allowed ethnic leaders to prevent policy innovation for more than a decade.[12] In Northern Ireland, the consociational formula produced by the Good Friday Agreement has resulted in periodic breakdown of governing arrangements, a considerable decline in interethnic moderation as measured in surveys, and the growth of extremist parties at the expense of the moderate middle.[13] During periods in which government has been functioning in Northern Ireland, consociational norms have operated to convert the smallest distributive issues—for example, where to site a hospital or a nursery—into complex issues of ethnic policy requiring cumbersome exchanges to resolve.[14]

In severely divided societies, the recent record of consociational constitutions is, at best, debatable. In Europe, the Belgian regime is fragile, its governing centre increasingly hollowed out by efforts to devolve more autonomous powers to its ethnically differentiated regions, in which ethnic outbidding proceeds with little restraint.[15] Bosnia has made little serious progress in conflict amelioration or in reduction in the influence of extremists, and in Northern Ireland, as mentioned, moderates have lost support and extremist parties have flourished. The most that can be said is that, with a few exceptions, violence has been contained. Even here, however, a serious issue arises.

[10] Els Witte (at al)., Political History of Belgium from 1830 onwards, Raf Casert trans., 2000.
[11] Kyriacos C. Markides, *The Rise and Fall of the Cyprus Republic*, 1997, pp. 27-28.
[12] See: Florian Bieber, "After Dayton, Dayton? The Evolution of an Unpopular Peace", *ETHNOPOL*. 15, 2006.
[13] See: Joanne Hughes & Caitlin Donnelly, "Community Relations in Northern Ireland: A Shift in Attitudes?", *ETHNIC & MIGRATION STUDIES*,. 29 J, 2003, p. 643.
[14] Ibid.
[15] See: Kris Deschouwer, "The Unintended Consequences of Consociational Federalism: The Case of Belgium", in (Ian O'Flynn & David Russell eds.), *Power Sharing: New Challenges For Divided Societies*, 2005, p. 92.

The centripetal approach has also given rise to lively debates. Some of its electoral mechanisms might allow majorities to gain power, in part on the marginal votes of minorities, but without the necessary participation of those minorities in government. In cases where those electoral systems have been used, the benign or malign results have been subject to contest. As with the consociational cases, there has sometimes been deterioration of interethnic harmony, or the durability of accommodative institutions, or the quality of democracy. Such consequences have been produced in some countries that utilize electoral systems designed to encourage interethnic vote pooling and in others that had vote pooling and interethnic coalitions without deliberate electoral engineering.

In spite of such difficulties, there is an increasing tendency to think of moderating conflict behaviour as entailing a search for institutions that will produce incentives to interethnic conciliation and, specifically, institutions that utilize the mechanism of inducing or requiring marginal dependence for electoral success on the support of voters other than one's own. Such measures can produce accommodative tendencies.

However, in ethnically divided societies, there is a special and especially harmful problem. Politicians who benefit from hostile sentiment toward other groups and its concrete results in the political system are unlikely to transform the conflict-prone environment that supports their political careers. As a result, severely divided societies, which may be most in need of institutions to reduce conflict, may be least likely to adopt them.

2 Model II: Multicultural integration

The theorist of multiculturalism, such as Charles Taylor[16] and Will Kymlicka[17], borrow the idea about the existence of collective and/or cultural rights from the communitarian critique of liberalism but they try to legitimize them using the liberal emphasis on the individual. They insist that individual identity is formed dialogically and in a given cultural context in which the individual is always involved. In their view, classical individualist liberalism does not offer sufficient protection of that part of the individual identity which serves the collectivity. This is why "blind" liberalism should be "corrected" in a way that would provide for the protection of some collective rights, intimately linked with the fundamental human rights. This also encompasses the specific "politics of recognition" to which multicultural societies appeal.

[16] See: Charls Tejlor, *Multiculturalizam: ogledi za politikata na priznavanje*, Evro Balkan Press, Skopje, 2004.
[17] Kymlicka, op. cit., pp.191-217.

Will Kymlicka in his book *Multicultural Citizenship: A Liberal Theory of Minority Rights* argues that it is not enough to show that minority rights are consistent with in principle with freedom and justice. We also need to determine, he adds, "whether they are consistent with long-term requirements of a stable liberal democracy", including the requirement of a "shared identity" that can sustain the level of mutual accommodation and be deprived of that democracy requires. He argues that in a society which recognizes "group-differentiated rights", the members of certain groups are incorporated into the political community, not only as individuals, but also through group, and their rights depend, in part, on their group membership. He concludes that the demand for representation rights by disadvantaged groups is "a demand for inclusion". Groups that feel excluded want to be included in the larger society and the recognition and accommodation of their "difference" is intended to facilitate this. Kymlicka proposes in cases where minorities are regionally concentrated, democracy system would respond by "intentionally drawing the boundaries of units", so to create seats where minority is in a majority. Such a way to ensure representation of "communities of interest" should not be seen as threat to national unity; on the contrary, it is rightly seen as "promoting civic participation and political legitimacy". The basic impulse underlying representation is integration, not separation he considers. Moreover, he assumes that "a fully integrative citizenship must take differences into account". However, while representation rights can promote social integration and political unity, he notices that "self-government rights pose a more serious challenge to the integrative function of citizenship". Demands for self-government, however, reflect "a desire to weaken the bounds with the larger political community and question its authority." So, democratic multinational states which recognize self-government rights are, it appears, inherently unstable for this reason.[18]

Liberal justice requires "sense of common purpose" and "mutual solidarity" within the country. So, we need to find some way to keep multinational states together. The real question is: What are the possible sources of unity in a multinational state which affirms, rather than denies, its national differences?

One response is that social unity depends on *"shared values"* Kymlicka considers. It is true that there are often shared political values within multination states including a shared conception of liberal justice. However, it is not clear that these values, by themselves, provide a reason for two or more ethnical groups to stay together in one country. This suggests that shared values are not sufficient for social unity.[19]

So Kymlicka concludes, the missing ingredient seems to be idea of "*a shared identity"*. However, a shared conception of justice throughout a political community does not necessarily generate a shared identity. What does shared identity come from? In nation states, the answer is simple. Shared identity comes from communality of

[18] Ibid.
[19] Ibid.

history, language, and maybe religion. But these are not which are shared in a multinational states. If we look to strongly patriotic but culturally diverse countries like the United States or Switzerland, the basis of shared identity often seems to be pride in certain historical achievements (e.g. the founding of the American Republic). The shared pride is one of the basis of the strong sense of American political identity, constantly reinforced in their citizenship literature and school curriculum. But in many multinational countries history is source of division between national groups, not a source of shared pride. The people and events which rise pride among the majority nation often generate sense of disloyalty amongst national minority. Moreover, the reliance on history often requires a very selective, even manipulative, retelling the history. National identity involves forgetting the past as much as remembering it. To build a sense of common identity in a multinational state probably requires an even more selective memory of the past. Shared values and inspiring history no doubt help sustain solidarity in multinational state, but it is doubtful that either is sufficient by itself.

Hence he proposes promoting a sense of "*solidarity and common purpose"* in a multinational state. However, it involves accommodation rather than subordination of national identities that is a huge challenge. People from different national groups will support the policy by which their national identity is nurtured rather than subordinated. Here Charles Taylor calls for a theory *of "deep diversity"*, since we must accommodate not only a diversity of cultural groups, but also diversity of ways in which the members of these groups belong to the larger society.[20] This means that the members of a multinational state must not only respect diversity, but also respect a diversity approaches to diversity. What would hold such a multinational state together? Taylor admits that this is an open question, but suggests that citizens might "find it exiting and an object of pride" to work together to build a society founded on deep diversity, and so be willing to make sacrifices to keep it together. Hence, "the crucial idea is that people can bond not in spite of their differences but because of them". Taylor argues that "they can sense that the differences between them enrich each party, that their lives are narrower and less full alone than they are in association with one another". In this way, "difference defines a complementarity".[21] However, according to Taylor, a society founded on "deep diversity" is unlikely to stay together unless people value deep diversity itself, and desire to live in a country with diverse forms of cultural and political membership. On the contrary, if two or more national groups simply do not desire to live together, it may be impossible to create solidarity from the scratch.

Regarding ethnic diversity, Robert D. Putnam, in his "The 2006 Johan Skytte Prize Lecture", made three broad points. First, ethnic diversity will increase

[20] Charles Taylor, "Shared in Divergent Values", in Roland Watts and D. Brown (ed.), *Options for a New Canada*, University of Toronto Press, p. 75.
[21] Charles Taylor, "The Dynamics of Democratic Exclusion", *Journal of Democracy,* Vol. 9, No. 4, 1998, pp. 143-156.

substantially in virtually all modern societies over the next several decades, in part because of immigration. Increased immigration and diversity are not only inevitable, but over the long run they are also desirable he considers. Ethnic diversity is, on balance, an important social asset, as the history of USA demonstrates. Second, in the short to medium run, however, immigration and ethnic diversity challenge social solidarity and inhibit social capital. Third, in the medium to long run, on the other hand, successful immigrant societies create new forms of social solidarity and dampen the negative effects of diversity by constructing new, more encompassing identities. Thus, the central challenge for modern, diversifying societies is to create a new, broader sense of 'we' he concludes.[22]

2.1 Critics of the model for "multicultural integration"

Tchavdar Marinov criticizes multiculturalism as "a very hard means for building a common civic identity". Putting the stress on the "cultural community", it does not offer a formula of common belonging, equally acceptable to bout communities that otherwise do not have problems with communitarian self-definition he concludes.[23] The elements with which this belonging should be constructed are the mutually exclusive ethnicities. Multiculturalists would probably say he assumes "that this is precisely the advantage of multiculturalism: the fact that it is something in between – neither radical communitarism nor blind to the differences of classical liberalism and/or republican assimilationism".[24]

Pierre L. van Den Berghe[25], argues that we should make a distinction between minimal multiculturalism (the simply tolerance and legal protection of cultural diversity) and maximal multiculturalism (the celebration, encouragement and official support thereof). Hence he concludes, multiculturalism can be associated with democracy, as commonly defined in the contemporary world, only if certain conditions are met: (1) the state must be denationalized; (2) multiculturalism must be clearly decoupled from policies aimed at reducing educational, economical and social inequalities; (3) the multiculturalism most

[22] Robert Putnam "E Pluribus Unum: Diversity and Community in the Twenty-first Century: The 2006 Johan Skytte Prize Lecture", *Scandinavian Political Studies* 30 (2), 2007, pp. 137–174. http://www.blackwell-synergy.com/doi/full/10.1111/j.1467-9477.2007.00176.x, acceded on 2 January 2009.

[23] Also interesting is the aproach over idea of the collective rights, the common point of communitartists and multiculturalits. According to their critics, multiculturalism does not offer enough guarantees about the respect of the individual autonomy, which is fundamental to the liberal philosophy. In certain communities, the basic rights of the individual are not protected enough: classical example is the position of women in some Islamic societies.

[24] Tchavdar Marinov, "Multiculturalism in the Balkans: Is it Necessary? The Use of Term in the Context of the Balkans", in *Journal for Politics, Gender and Culture*, Vol. 5, No. 2, Summer 2006, pp. 35-62.

[25] Pierre L. van Den Berghe, "Multicultural democracy: can it work?", in *Nations and Nationalism*, Vol. 8, No. 4., 2002, pp. 433-449.

likely to produce the desirable result of peaceful coexistence is the minimalist program, namely official policies that *recognize* and *protect* diversity, but *do not celebrate* and *actively support* it.

The health and stability of modern democracy depends, not only on the justices of its basic institutions, but also on the quality and attitudes of its citizens; their sense of identity, and they view potentially competing forms of national, regional, ethic or religious identities; their ability to tolerate and work together with others who are different from themselves; their desire to participate in the political process in order to promote public good and hold political authorities accountable. Looking at these uses of the term "multiculturalism", it is easy to conclude that the term itself is multi-semantic. It is used in a various senses for various purposes. It can be instructive and educational and it can be used to explain to the majority that it has to learn to coexist in harmony with certain minorities who, in turn, need to be given collective rights. In the resolution of ethnic conflicts, multiculturalism is neither a universal solution nor the best means. A variety of other elements, like the existence of a given political culture, economic interests, international context and particularly historical tradition, can be decisive for the continuation of a society with considerable minority demands. In any case, there is no standard for an institutional or other organization that would prevent the latter from demanding more and more.

Conclusion

Liberal democracies require citizens to have a fairly high level of self-restraint and mutual solidarity. Hence, the politicization of ethnic differences is not compatible with these requirements. There are important examples of stable multinational states, such as Switzerland, which show that there is no necessary reason why the members of national minority cannot have both a strong national consciousness and a strong sense of patriotism and commitment to the larger society. This strong sense of patriotism that have Swiss make them, in some ways, a single "people", as well as being a federation of peoples. But there are all too many examples of countries where the institutionalization of national identities and rights has not prevented civil wars (e.g. Lebanon, Yugoslavia). Moreover, some multinational states whose long-term stability used to be taken for granted now seem rather more unstable (e.g. Belgium).

The differential treatment of minority claims can be explained only as a concession to real politick. In short, that is the international community reward belligerent minorities while penalizing peaceful and law abiding minorities. Those minorities with a capacity and willingness to destabilize governments and regions can get serious forms of power sharing in the name of effective participation; those minorities who have rejected threats to violence do not. Attempts to formulate general principles of international law to resolve deep conflicts over autonomy,

power sharing, and language rights at this moment may simply be unrealistic. Over time we might hope and except the postcommunist countries to follow Western trend toward multilingual, multinational states, but it seems contra productive at this moment to try codification and imposition of international norms of substantive minority rights.

Резиме

Со некаде меѓу 5000 до 8000 етнокултурни групи во светот, и само околу 200 држави, едноставната аритметика покажува дека најголемиот број на држави неминовно мораат да бидат споделени меѓу повеќе од една етничка група, а најчесто од дузина. Оттука неминовни се конфликтитите меѓу различните етничките групи. Парашањето е кои методи ќе се користат за нивното регулирање. Во литературата може да се најдат различни методи за елиминирање и менаџирање на етничките разлики, како демократски така и недемократски. Според една таксономијата на Мекгери ние може да зборуваме за четири методи за елиминирање на разликите (геноцид, насилни масовни преселби на населението, поделба и/или сецесија и асимилација) и три методи за менаџирање на разликите (територијална автономија, нетериторијална автономија и мултикултурна интеграција).

Оваа типологија покажува дека има многу „методи“ за разрешување на етничкиот конфликт, меѓутоа првите два методи за елиминирање на разликите (геноцидот и насилните масовни преселби на населението) се без поддржувачи меѓу современите западни политички теоретичари. Иако размената на населението обилно се користела во минато (договорот за размена на населението меѓу Турција и Грција по Балканските војни, размената на население меѓу Бугарија и Грција итн.) таа сè уште има поддржувачи кај некои политичари. Сè уште ни се свежи сеќавањата за предлогот за размена на територии и населени за време на конфликтот во Македонија. Геноцидот како модел, иако употребуван од страна на одредени политички елити (во граѓанската војна во Грција, при распадот на југословенската федерација, во Руанда итн.), е остро осуден од меѓународната заедница и санкциониран со меѓународното право. Генерално е прифатено дека поделбата или сецесијата само ги релоцира проблемите на етничкиот конфликт и малцинските права на сукцесорските држави, честопати со брутални последици. Легитимноста на останатите форми на регулацијата на етничкиот конфликт е прашање кое заслужува сериозна дебата.

References

1. McGarry J., and O'Leary B., *The Politics of Ethnic Conflict Regulation*, Routledge, London, 119, pp. 4-38, cited by: Will Kymlicka and Wane Norman,

"Citizenship in Culturally Diverse Societies: Issues, Contexts, Concepts", in Will Kymlicka and Wane Norman (ed.), *Citizenship in Diverse Societies*, Oxford University Press New York, 2000.

2. Donald L. Horowitz, "Conciliatory Institutions and Constitutional Processes in Post-conflict States", in *William and Mary Law Review*, Vol. 49, 2008.
3. Arned Lijphard, "Self-Determination versus Pre-Determination of Ethnic Minorities in Power-Sharing Systems", in Will Kymlicka (ed.), *The Rights of Minority Cultures,* Oxford University Press, New York, 1995.
4. Timothy D. Sisk, *Power Sharing and International Mediation in Ethnic Conflicts*, 1996.
5. Benjamin Reilly*, Democracy in Divided Societies: Electoral Engineering for Conflict Management*, 2001.
6. Donald L. Horowitz, "Self-Determination: Politics, Philosophy and Law", in (Ian Shapiro & Will Kymlicka eds.), *NOMOS XXXI: Ethnicity and Group Rights*, 1997.
7. Els Witte (at al)., *Political History of Belgium from 1830 onwards*, Raf Casert Trans., 2000.
8. Kyriacos C. Markides, *The Rise and Fall of the Cyprus Republic*, 1997.
9. Florian Bieber, "After Dayton, Dayton? The Evolution of an Unpopular Peace", *ETHNOPOL*. 15, 2006.
10. Joanne Hughes & Caitlin Donnelly, "Community Relations in Northern Ireland: A Shift in Attitudes?", *ETHNIC & MIGRATION STUDIES*,. 29 J, 2003.
11. Kris Deschouwer, "The Unintended Consequences of Consociational Federalism: The Case of Belgium", in (Ian O'Flynn & David Russell eds.), *Power Sharing: New Challenges For Divided Societies*, 2005.
12. Charls Tejlor, *Multiculturalizam: ogledi za politikata na priznavanje*, Evro Balkan Press, Skopje, 2004.
13. Charles Taylor, "Shared in Divergent Values", in Roland Watts and D. Brown (ed.), *Options for a New Canada*, University of Toronto Press, 2003.
14. Charles Taylor, "The Dynamics of Democratic Exclusion", *Journal of Democracy,* Vol. 9, No. 4, 1998.
15. Robert Putnam "E Pluribus Unum: Diversity and Community in the Twenty-first Century: The 2006 Johan Skytte Prize Lecture", *Scandinavian Political Studies* 30 (2), 2007, pp. 137–174. http://www.blackwell-synergy.com/doi/full/10.1111/j.1467-9477.2007.00176.x, acceded on 2 January 2009.
16. Tchavdar Marinov, "Multiculturalism in the Balkans: Is it Necessary? The Use of Term in the Context of the Balkans", in *Journal for Politics, Gender and Culture*, Vol. 5, No. 2, Summer 2006.
17. Pierre L. van Den Berghe, "Multicultural democracy: can it work?", in *Nations and Nationalism*, Vol. 8, No. 4., 2002.

34 : 159.9
343.22 : 159.9

Доц. д-р **Слободанка ТОДОРОСКА-ЃУРЧЕВСКА**

ЗА ОДНОСОТ МЕЃУ ПСИХОЛОГИЈАТА И ПРАВОТО

Апстракт

Психологија и право-зарем има поголема противречност? Како некој смеел и да помисли дека овие две дисциплини ќе се најдат во хибрид, кога се знае дека нивните премиси за човековиот живот се толку дијаметрано спротивни? Првата психолошка претпоставка е таа која се однесува на детерминираноста на човековото поведение, додека првата правна премиса се темели на индетерминизмот, односно на човековата слобода од се (па и од психолошките услови) при изборот меѓу доброто и злото.

За психолозите човековото однесување е условено од психолошките сили во него самиот за кои тој најчесто и не е свесен, додека за правниците свеста се состои во слободното одлучување и чинење и е пресудна за да постои правна основа за казнување. Заклучокот за непомирливоста на психологијата и правото не е прифатлив.

Форензичката психологија као вистински хибрид настанала заедно со римското право, во времето кога нејзините трудови во вид на расправи за карактерот на осомничениот поединец, биле излагани на милост и немилост на судот па јавноста. Од тој суд форензичката психологија никогаш нема да биде поштедена за што всушност зборува и нејзиното име кое настанало од латинскиот збор forenzis-јавен, некој кој е на плоштад.

Клучни зборови: *психологија, форензичка психологија, право, парадигма (аристотелска, картизијанска), причина, телеологија, херменаутика, казнено-поправни техник,подобност за преесметливост.*

1. ВОВЕДНИ РАЗМИСЛУВАЊА

Средбата на правото и психологијата е мошне внимателна и од двете страни испитувачки усмерена. Вистински започнува дури во триесеттите години на XX век. во времето кога во доменот на интересирањето на новото кривично право конечно стапи конкретниот човек со своите психолошки и социолошки посебности. Со усвојување на принципот на индивидуализација, правото проикламираше заинтересираност за личноста во психолошка смисла. Од

стручната проценка се очекуваше психолошки портрет на престапникот, но воедно и предлог за примена на одредени воспитни и превентивно-терапевстки мерки кои би овозможиле прогноза на неговото идно однесување.[1]

Психолозите од психијатриските установи и затворските болници се најдоа пред судовите во улога на вештаци, проценувајќи ги споменатите асапекти кај испитаниците додека уште се под истрага или кога против нив веќе е подигнато обвинение. Ним им се приближи и известен број на психолози од центрите за социјална работа кои беа ангажирани на слични задачи, посебно околу малолетниците. Потоа следеше една поблага категорија, исто така по барање на судот: психодијагностички испитувања на

брачните парови во процесот на разводот кога тие се борат да им припаднат децата. Од случаите на тешки кривични дела, па до прашања од областа на граѓанското право, психологот беше ангажиран самостојно или заедно со психијатарот (втората опција е почеста во кривичната постапка). Од психологот (или од комисијата чиј член тој е) се бара-експертиза, писмено известување за проценка која се остварува по барање на судот. Бидејќи задачите се специфични, такво е нивното психолошко разгледување, кое покрај стручното искуство, бара и соодветно знаење, критериум, вештина и сензитивност од посебен вид.

Психолошката проблематика се повеќе се вовлекува во правниот систем и поради тоа од правниците се повеќе се бара да ја запознаат и да ја совладаат. Начелото според кое во расветлувањето на кривичното дело и неговото пресудување мора да се земе во обзир и психолошката околност, односно личноста на обвинетиот и неговиот психичка состојба во време на извршувањето на делото, широко е прифатена во правните системи на многу земји. На нашите простори форензичката психологија како дисциплина и како специјалистичко подрачје сеуште не е институционализирана до крај.

2. КРАТКА ИСТОРИЈА НА КАЗНУВАЊЕТО

Обично се вели дека со раѓањето на правото се поставува камен темелникот на едно општество.Ниту во минатото, ниту актуелно постои такво општество кое од своите припадници не бара да се потчинуваат на некој систем на правила. Всушност првобитната заедница почнала да прераснува во општество, тогаш кога во судирот на двајца заинтересирани се вмешувал како арбитар некој трет кој бил незаинтересиран. Таа трета личност изразувала некој облик на општ општествен интерес кој бил сосема

[1] Kostić, M. Homo negans ili čovek nasuprot, Institut za kriminološka i sociološka istraživanjaBeograd, 1966 g.

поинаков од интересот на спротивставените страни. Во почетокот тоа можело да биде, на пример, интересот на заедницата нејзините членови да живеат во мир. За да се обезбеди тој интерес, создадени се прописи за човековото однесување со кои општеството се штитело од непожелните и штетните постапки на поединците. Заштита е спроведувана на два начини: *спречување наведените постапки да се чинат и со казнување кога ќе се сторат.* Значи, забраните за убиство, кражби и други деликти настанале од нужност на одржување на заедницата.

Во почетокот, поединецот бил обврзан слепо да се придржува кон наредбите и правилата кои a priori беа одредувани за секоја прилика. До појавата на арбитражата по се изгледа дека сторителот на штетата го гледал само својот интерес, а оној кој му се спротивставувал бил само препрека во остварување на тој интерес. Со појавата на судењето создадена е можност извршителот на штетата да стекне увид и во интерес на оштетениот и во интерес на заедницата, која ја застапува неутралниот судија. Со овој увид поединецот стекнува моќ себе си да се види во улога на друг и својата дејност да ја пресудува низ тоа видување. Со усвојувањето на оваа општествена содржина конечно се формира заеднички идеал на правдата и заедно со другите системи се стекнува сè поголема праведност.[2]

Кога поединецот се спротивставувал на одлуката на судијата тој доаѓал во судир со заедницата, што ја наведувало да го вообличи својот одговор на штетната активност на некој член. Таквиот одговор на заедницата подразбира општествена одговорност, која единката ја прави поединец, а првобитната заедница општество. Повеќе немало потреба од мудрец, кој вистинската мајка би ја препознал по нејзината реакција на неговиот предлог на два дела да се подели детето околу кое избило спор. Но, затоа принципите во кои било акумулирано искуството на многу генерации, најпрво биле вткаени во обичаите, а потоа во правните системи, за конечно да се утврдат во законите.

Предмет на законот не бил, било кое однесување на единката со кое се остварува некој општествен однос, туку со позитивен пропис јасно одреден облик на штетно однесување, со кои се оштетува (или угрозува) одредено заштитено добро под одредени услови и на кои општеството одговара на одреден начин. На пример, криминално однесување е она штетно однесување кое во важечкиот кривичен закон е дефинирано како такво, но тоа е однесувањето на конкретен човек жив во конкретна општествена средина. Исто така живиот човек е и творец на дефиницијата на кривичното однесување и самиот закон кој во праксата вреди онолку колку што успеал да го направи вреден. Во тоа нема да му помогнат никакви повикувања на некаква вечна вистина, ниту на некакви други авторитети.

[2] Kožev, A. Fenomenologija na pravoto,Nolit, Beograd, 1984 g.

Почнувајќи од XIX век. казната сé повеќе се прилагодувала на личноста на сторителот и го губи карактерот на јавен настан, кај кој телото било подложено на мачење. Казнувањето престанало да биде нешто што се гледа со голо око и се претвара во нешто за што човекот има само апстрактна претстава. Место претходните слики на парчосување и јавно егзикутирање на осудениците, церемонијата на извршување на казната станува сé подискретно за на крај да станее само процедурален или административен

чин. Судските процеси и пресуди ќе бидат јавни, но правосудството ќе се погрижи да се заштити од секоја врска со казната која се досудува. Улогите поинаку се поделени, а пораката е: Немојте да мислите дека суштината на казната која ние судиите ја досудуваме е во самото казнување, туку нејзина главна задача е да корегира, превоспита и излекува.

Кон средината на XIX век непосредното телесно казнување делимично и понатаму се применува, но основна цел на казната е осудениот да се лиши од некое добро или право. Затворањето секогаш подразбирало и физичкао страдање: тепање, редуцирана исхрана, сексуална апстиненција, осамување. Но кога почнало да се зборува за ублажување на казната требало да се намали ова страдање, помалку суровост, а повеќе хуманост. Во суштина се менувала целта на казната- таа се повеќе била усмерена кон душата, а не кон телото. Во игра се воведуваат „олеснителни околности“ преку кои во пресудата се внесуваат не само „околностите“ под кои е сторено делото туку и нешто сосема друго. Тоа друго е личноста на сторителот, мислењето за него, она што може да се дознае за него, она што може да се сознае за врските кои постојат меѓу него, неговото минато и злосторството и на крај она што од него може да се очекува во иднина.[3]

Со овие нови правила нужно се менува и предметот на казнување. Тоа повеќе не е телото кое обредно се става на тешки маки. Мета е човековиот дух, поточно оние претстави и знаци кои незабележливо се пуштени во оптек и кои како помошни инстанци се намножиле околу досудувањето на казната. Се појавуваат различни стручњаци-вештаци кои интервенираат пред донесување на пресудата, не за да судат, туку за да ја поткрепат и објаснат одлуката на судијата. Вештаците тука се „стручни сведоци“ кои тврдат дека не учествуваат во донесување на пресудата и кои не се стручњаци за одговорност, но многу рано стануваат советници за казнување. Во вештачењето кое е најчесто барано, а тоа е она со кое се проценува пресмнетливоста, експертот зборува за опасноста на обвинетиот, на кој начин треба од него да се заштитиме, што треба да сториме за да го промениме, дали е порационално да го казниме или да го лекуваме, за на крајот да предложи и понатамошен судско-медицински третман на сторителоит на деликт.

[3] Fuko, M. Nadzirati i kažnjavati, Prosveta, Beograsd, 1977 g.

Според мислењето на Фуко, современото кривично право се остварува и се оправдува само со непрекинато повикување на нешто друго, со постојано вклучување на системите кои не се од правна природа. Зад се поблагите казни се откриваат нови предмети и цели на казнувањето, поинакви видови на вистина по кои се трага и многу непознати улоги во кривичниот систем кои од порано не биле познати. Кривичната постапка се подредува на општи правила за утврдување на вистината или поточно сложен систем на правила во кои се испреплетуваат различни сегменти на научното докажување, сетилните сведочења и здавиот разум. Почитувајќи ги овие правила кои гарантираат правичност кривичното правосудство се отвора кон вистината од различни страни-под услов да се очигледни, добро аргументирани и прифатливи. Судскиот ритуал сам по себе не создава дел од вистината туку се поместува во референтното поле на докажување. Со умножувањето на научните анализи се формираат бесконечно сложени односи кои кривичното првосудство не може да ги контролира. Фуко заклучува дека господарот на правдата не е и господар на вистината.[4]

За нашата тема најзначајно е да утврдиме дека истовремено со потребата за класифицвирање на кривичните дела и казните се укажала и потреба за нивна индивидуализација во согласаност со карактерот на секој престапник поединечно.Оваа индивидуализација на прв поглед му се спротивставува на начелото на кодификација и мошне се разликува од моделирањето на казните во претходниот правосуден систем. Казната се моделира според самиот прекршител на законот, според неговата природа, според неговиот начин на живот, според негоивите карактеристики и според неговото минато. На овој начин во современото кривично право широко му се отвораат можностите психолошкото знаење да ја замени правосудната каузистика. Со постапката на испитување субјектите се заробуваат во механизмот на објективизација. Се бележат бројни податоци врз основа на кои поединецот е подложен на анализа и опишување. Од описот се прави сретство на контрола и метод на владеење. Сите психолошки науки си наоѓаат место во историскиот пресврт во постапките на индивидуализација. Од историско-ритуалните механизми на индивидуализација се премина на научно-дисциплински со норми и мерливи својства.Одредниците на овие лични карактеристики се цртите, мерките, отстапувањата и отценките кои од еден поединец создаваат „посебен салучај“ во овој дисциплински систем.

Како што вели Фуко во овој „дисциплински систем“ децата повеќе се индивидуализираат од возрасните, болните повеќе од здравите, душевно болните и престапниците повеќе од нормалните и неделинквентните.

Овој систем дури и кога настојува да ги опише возрасните, здравите и нормалните личности тоа го прави иситувајќи што е во нив инфантилно, има

[4] Ibid.

ли латентна патологија, какво злосторство сториле. За жал овие негативни категории неоправдано се распространиле преку широкото поле на истражување.Но, нивната доминација никако не смее да им пречи на низата позитивни и корисни кривични мерки, бидејќи тие не можат да се сведат само на казнување, спречување, исклучување и укинување.

За да се постигне вистинско превоспитување на престапниците мора да се земе предвид целиот нивен живот, а не само кривичното дело и од затворот треба да се направи некој вид принудна вештачка сцена на која во потполност ќе се прикажува поранешниот начин на живеење. Законската казна е насочена на кривичното дело, а казнено-корективната техника на животот на престапниците. Всушност, неопходно е да се знае и биографијата на престапникот и техниката на неговото превоспитување.

3. ДВЕ ПАРАДИГМИ: АРИСТОТЕЛСКА И КАРТИЗИЈАНСКА

Човековата дејност можеме да ја согледаме на безброј начини, но таа главно може да се разбере на два основни начини. Всушност станува збор за две парадигми аристотелска и картезијанска, прикажани на следната табела.

Теми	Аристотелска парадигма	Картезијанска парадигма
Физичко-психичко	монизам	дуализам
Предмет на психологијата	способности	Состојби
Однос кон надворешноста	зависност	Автономност
Природата на „менталните објекти“	зависна од надворешните предмети	независна
Искуствени сознавања	екстракција	Конструкција
Потелко на знаењето	учење	Вроденост
Теорија-пракса	поврзаност	автономна теорија
Човек-животни Предмет на истражување	континуитет манифестирање способности	скок и битна разлика интроспективни податоци

Веќе од првата „тема“ на оваа табела се гледа дека основната разлика меѓу двете парадигми се состои во тоа што аристотелската почива на монизмот, а

картезијанската (декартовата) на дуализмот. Воопшто целата модерна филозофија од Декарт па наваму се заснива на принципот на дуализам.Субјектот и објектот, духот и материјата, појавата и суштината, разумот и страста, слободата и нужноста, вредностите и фактите итн.овдека се секогаш остро спротивставени. Но ова не е така во аристотелската позиција.

За античките мислители знаењето беше неопходен услов за секоја човекова дејност, која вклучува намена и избор. Аристотел во своето дело Нихомахова етика вели дека човекот е сам активирачки принцип на својата активност кога е морален и логичен и кога неговите цели произлегуваат од основните етички принципи и кога неговите сретства се изведени во согласност со правилата на практичното заклучување. Иако знаењето на Аристотел не било заснивано на експерименти и проверки тој сепак е најиндуктивниот дух на своето време..

Рене Декарт има големи заслуги за правилно сфаќање на улогата на дедукцијата и посебно на математиката во науката. Како и во математиката така и во секое научно истражување треба да се напредува кон се покомплексни вистини со прогресивна синтеза на просторните фактори, т.е со дедукција. Според него кои се први и најпрости принципи? „Тие се дадени само со интуицијата“ Она што интуитивно е сфатено како јасно и разбирливо-мора да биде вистинито. Оваа интуиција која во табелата е дадена под потекло на знаењето: вроденост) често извира од концентрираното практично искуство. Оваа картезијанска тенденција кон максимална јасност и разбирливост како и идеалот на математичка точност при дедукцијата засекогаш ќе останат битни одлики на научниот метод.

Картезијанската (Декартовата) парадигма се смета за рационалистичка, интелектуалистичка. Таа пролкамира независност на психичкото од телото и надворешниот свет, односно од физичките закони. Се нагласува самостојноста на „внатрешните“ активности на субјектот. Поради тоа методолошки е свртена кон интроспекција.

Наведената поделба ни овозможува од една страна појасно да ги согледаме различните филозофски основи на пристапот кон нашиот проблем, а од друга страна поаѓајќи од тие теоретски разлики да ги препознаеме и разликите кои во форензичката пракса настануваат при вештачењето на подобноста за пресметливост, посебно кога се проценува улогата на емоционалните фактори..

Од се што претходно беше кажано и изложено во табелата произлегува дека впуштајќи се во расправа за нечии способности (да го сфати значењето на делото и да управува со своите постапки) се служиме со Аристотеловиот начин на разбирање на фактите. И таканаречените интелектуални и волунтаристички „моќи“ можат да се согледаат на овој начин кој во нашата

теорија на кривично право е посебно изразен. Можат но, и немораат. Картезијанскиот аспект истакнува дека интелектуалниот аспект („знаењето“) е вроден, а предметот на психолошката анализа се усмерува на состојбата. Тоа значи дека се проценува нечија подобност за пресметливост и ние всушност ги проценуваме внатрешните состојби на сторителот на казниви дејствија, а не неговите способности (во аристотеловска смисла). Не е важно што при тоа се служиме со јазикот на спротивставената парадигма-нашиот став може да биде суштински спротивен на таа парадигма, а да се служиме со исти зборови. Вакви случаи во праксата не се ретки. И од нив потекнуваат многу наши заблуди и непотребни сукоби. Овие две различни појдовни концепции ги карактеризираат сите теории што се во употреба во форензичката психологија и психијатрија. Од силата на аргументите со кои се поткрепени во конкретниот случај зависи на кого ќе се даде предност во потрагата по вистината.

4. ПРИЧИНСКОТО И ТЕЛЕОЛОШКОТО ОБЈАСНУВАЊЕ ВО ПСИХОЛОГИЈАТА И ПРАВОТО.

Нема поважна задача за еден истражувач од вистината, без разлика дали е правник или форензички психолог.Таа го обврзува секого и во секој поглед. Секое истражување се состои од откривање, докажување и објаснување на вистината. Се разбира дека таа постапка подразбира научни методи и почитување на логиката.

Европската филозофија подразбира две традиционални мислења за природата на објаснувањата, односно за условите кои некое објаснување мора да ги исполни за научно да биде признаено.

Според првото кое потекнува од старата традиција и се нарекува „галилеовско“ објаснувањата мора да бидат причински и мораат да овозможуваат предвидувања. Науката е единствена, а математичкиот метод е нејзин идеал. Методите на природните науки воопшто се модели на науката. Според ова мислење кое го застапуваат научниците со позитивистичкото усмерување основната цел на општествените науки (исто како и природните) се состои во тоа појавите да се опишат и објаснат со помош на утврдените закони.

Другото мислење кои се темели на аристотелската традиција се манифестира во настојувањата фактите да ги направи телеолошки разбирливи. Со други зборови објаснувањето треба да овозможи разбирање на тие факти со оглед на некоја поставена цел. Задачата на општествените науки кои заправо тоа го чинат (за разлика од природните) се состои во разбирањето на оптествените случувања со оглед на намерите и мотивите

на активните учесници во тие настани. Поради тоа ова сфаќање за природата на објаснувањата се нарекува финалистичко или херменеутичко

Судејќи според првото мислење, општеството како предмет на научното истражување може да се разгледува на ист начин како и природата. Имено, се инсистира на единствена научна методологија, што значи дека на општествените науки им се признава научен статус само ако ги задоволат општите методолошки постулати. Да земеме пример од кривичното право. За некому да му се припише „објективна одговорност" претходно треба да се утврди дека постои оштетување на заштитеното добро-кое е негова творба т.е. дека меѓу неговото дејствување и тоа оштетување постои „причинско-последичен" однос. Теоретски гледано, неопходни се формули или правила со помош на кои би се решило прашањето дали едно однесување на поединецот довело до одредени последици, што всушност е претпоставка за кривична одговорност. Ниедна теорија на ова прашање не дала јасен и потполн одговор, и ние набљудувајќи од некој позитивистички аспект всушност и не знаеме што е каузалност во кривичното право и правото воопшто. Кога од овој аспект на правото и форензичката психологија би барале да ги втемелат поимите на причините, причинските врски и причинското објаснување само би можеле да заклучиме дека сите овие поими се јавуваат како псевдонаучни. Зад теориите кои на овој псевдонаучен начин ги засниваат своите основни поими се крие она што во праксата е мошне едноставно-противправноста на некое дејство. За критичарите кои поаѓаат од претензиите на старата позитивистичка традиција, прашањето на причината никогаш не беше вистински проблем на правната наука туку тоа е само украс на догматиката која би сакала да биде целосна како метафизички систем.

Меѓутоа посматрано од аспект на другата теза општествените феномени, а такви секако се правните и форензичко-психолошките кои се резултат на свесната човекова дејност, целисходност и неповторливост, во секој случај се посебни и битно се разликуваат од природните феномени. Науката на кривичното право не ја интересира прашањето за причинитоста на човековото однесување. Барањето одговор на прашањето зошто поединецот се однесува злосторнички е предмет на криминологијата или на помошните правни дисциплини како што се форензичката психологија и психијатрија. Во најтесно значење нејзе единствено ја интересира под кои услови може да се тврди дека после дејствијата на обвинетиот нужно дошло до оштетување на заштитеното добро. Само завршен преглед на теориите за причинскиот однос во кривично-правната литература јасно укажува на нивниот напор да формираат правила врз основа на кои во конкретни кривично-правни настани може да се утврди таквиот причински однос. Причинското објаснување секако дека има и најголема спознајна вредност, бидејќи ни ги открива не само најбитните услови под кои една појава може да се посматра, но и под кои таа се произведува или практично да се контролира.

Кривичното право во научна смисла не може да го остави на страна поимот на пресметливоста, така како што на пример современата физика го остава на стреана полето на силата. Нема кривично право ако не се прифати дека човекот навистина е творец на промените во сопствената околина. Условот е промената да биде физичка т. е другите со своите сетила да ја забележат промената. А бидејќи се знае дека човекот во обичните настани со своето физичко дејствување создава промени, кои без тоа дејствување не би постоеле, или дозволува во природниот тек на настаните да настанат промени кои можел да ги спречи, кривичното право прифаќа поединецот заштитеното добро да го оштети на два начини- со сторување или со несторување. Ако заштитеното добро го оштетува во соработка со други ќе му биде припишана објективна одговорност само за она што поединечно го направил.

Заклучок

Сите знаења на науката на кривичното право за причината на оштетувањето на заштитеното добро се сведуваат на претходно кажаното Секако дека централен поим овдека е човековата активност-дејствие. Но таа не смее да се сведи на чиста физичка дејност, на голо телесно движење, бидејќи и така упростена таа содржи барем некое значење, поради што и нејзиниот исход не може да се сведи на прост физички ефект. Токму тука стапува на сцена форензичката психологија и може да се каже дека таа пред сè се служи со телеолошки објаснувања и дека појдовна точка на сите објаснувања е дејствието. Тоа дејствие (акција) може да се набљудува од два агли: внатрешен кој се означува со терминте намера (интенција), желба, волја и сл. и надворешен кој се согледува во манифестирање на однесувањето. Задачата на форензичката психологија се состои во тоа да се открие начинот на кој овие два аспекта на акцијата се поврзани.

Во примената на телеолошкото објаснување спорни се таканаречените менталистички теремини-пред се намерата. За овие термини вистински научно да бидат прецизирани, неопходно е интроспективните податоци за активноста (оние кои непосредно ни ги даваат актерите и непосредните, непристрасните сведоици на дејствувањето) да се дополнат со објективни податоци на пример за материјалните траги на таквата активност.

Се разбира, ако некоја активност телеолошки може да се објасни таа во извесна смисла е детерминирана и тоа со одредени мотиви, намери и со спознајните ставови на луѓето. Телеологијата овдека се јавува како една мошне битна карактеристиките на општествениот детерминизам. Бидејќи проучувајќи ја целисходната активност на луѓето им се доближуваме на

реалистичките сфаќања и толкувања на различните општествени појави и односи.

Conclusion

All insigts that criminal law gives into the reasons for violating protection lead to the previously mentioned statements. The core concept here is human activity – action. However, this activity must not be regarded as a purely physical oneor merely as a body movement because even in its simplified form it contains a certain kind of meaning. That is why its outcome cannot be put down to a simple physical effect. This is where forensic psychology comes to the foregraound and it can be concluded that fisrt and foremost it makes use of teleological explanations and that the starting point for all explanations is activity.

The activity in question (action) can be observed from two pointsof view: 1) iternal which is designated with the terms intention, will etc, and 2) external which can be perceived through manifestation of behaviour. The task of the forensic psychology is to discover the way in which these two aspects are mutually connected.

When it comes to the application of teleological explanations, the so called mentalistic terms are called into question – most imprtantly the intention. In order to scientifically define and determine these terms, it is essential to complete the concepts of introspective activity data (those which directly pinpoint the actors and the objective witnesses of the action) with objective data about material traces of such an activity.

It is obvious that if a certain activity can be teleologically explained, it can also be determined with specific motives, intention, knowledge and attitudes of people.

In this case, teleology can be considered as a crucial characterisicsof sociological determinism because by examining and studying the effectiveness of human activity, we are brought closer to the realistic explanataions of various sociological phenomena and relationships.

Литература

1. Костиќ, М. Форензичка психологија, Завод за уџбенике и натасвна сретства, Београд, 2002 г.

Homo negans ili čovek nasuprot, IKS istra\ivawa, Beograd, 1996 g.

2. Кожев А. Феноменологија права, Нолит, Београд, 1984 г.
3. Аристотел. Нихомахова етика, БИГЗ, Бењоград, 1958 г.
4. Mišćević, N. Uvod u filozofiju psihologije, Grafički zavod Zavod Hrvatske, Zagreb, 1990 g.
5. Vilson, K Psihologija ubistva, Gradina, Niš, 1990 g.
6. Berger, J. Treči roditelj-novi pravci greupne psihoterapije, Nolit, Beograd, 1980 g. Psihološki potporni sistem-model bazičnih osobina ličnosti, ISKI, Beograd, 1995 g.
7. Jaspers, K. Opšta psihologija,Prosveta, Savremena administracija, Beograd, 1978 g.
8. Fuko, M. Istorija seksulnosti, Prosveta, Beograd, 1978 g.

338.246.025.88(497.7)

Доц. д-р **Слободан ШАЈНОСКИ**

СОПСТВЕНОСТА И ДРЖАВАТА
-Лекции од приватизацијата-

Прегледен научен труд (Review-scientific paper)

Апстракт

Очигледна беше заблудата со Законот за трансформација на претпријатијата големи загубари дека најпрво под државна контрола ќе се преструктурираат, а потоа добро ќе се приватизираат (продадат). За такво нешто немаше ниту доволно средства, ниту доволно стручни екипи што би успеале да ги ревитализираат тие претпријатија. Ако би успеале, би се докажал единствен светски феномен - државата да биде добар менаџер. Всушност, во тој случај не би требало рентабилните претпријатија да се продаваат.

Клучни зборови: *сопственост, држава, приватизација, менаџмент, регулација.*

1. Вовед – сопственоста како регулативна општествена функција

Сопственоста е секое припаѓање на некој предмет (ствар), на некоја личност или група. Припаѓањето значи дека некој може другите да ги исклучи од користење на предметот, да се спротивстави на туѓото користење, оштетување или друго влијание на предметот и со него слободно да располага, т.е. економски да го отуѓува. Во основа на припаѓањето „лежи правото на директна власт на стварите“. Правните поредоци, правната власт на стварите ја обликуваат на најразлични облици на владение. Оваа дефиниција на сопственоста за потребите на ова истражување ја сметам како креативно најсилна и плодотворна. Низ неа може да се анализира сопственоста како регулаторен механизам за овластувањата на сопственикот и исклучувањата на сите други. Ова посебно што преку тој механизам најдобро се гледа и може да се анализира еден сложен процес на трансформација на сопственоста која во основа е спроведена по принципот овластување -исклучување.

Следејќи го својот развој кон индивидуализација и афирмација на поединецот, сопственоста се покажа како ефикасен регулаторен инструмент, кој делува прогресивно наспроти стагнацијата на недиференцираното заедништво, се покажа како општествено поекономично и со максимум можна сигурност, мотивационо поефикасна во работењето и стекнувањето како и во заштитата на сопственоста, продуктивно средство за воспоставување на рамнотежа меѓу ризикот и економската добивка, но и за разрешување на интересните конфликти. Сопственоста ја придвижува размената на пазарот. Сопствениците мора да влегуваат во правниот промет, ако сакаат да ги остваруваат своите интереси, со што во такви односи (закуп, хипотека) другите интересенти стануваат макар и со дел, сопственици (користење, продолжување) на предметот на сопственоста. Така, институцијата на поединечната сопственост се приближува кон границата која е одредена со капацитетот на интегративната рамка да интегрира, а тоа значи способност да го регулира стварното однесување на луѓето.

Идеолошката содржина на државната сопственост што и ја даваат идејните носители на граѓанскиот поредок, ја пренагласи и прецени сопственоста како противставена на политичката власт, а ја потцени сопственоста како извор на општествена нееднаквост. Истата грешка ја направија нивните социјалистички противници, со тоа што го преценија значењето на сопственоста како темел на капиталистичката доминација и ја потцени опасноста која ја претставува политичката власт за човековата слобода. Државната сопственост овде, првенствено се сфати како укинување на приватната сопственост и со акт на политичка волја се врши вклучување на сите интересенти (работници и граѓани) во кругот на легитимирани интересенти. Вклучувањето не е регулација, бидејќи во прв момент, целото подрачје државата го остава нерегулирано и ја резервира можноста за арбитражна интервенција. И во случајот на прогласувањето на општествената сопственост, таквиот проглас значеше начелно вклучување на сите во кругот на легитимираните. Прашањето на конкретната регулација на новиот пристап до стварите со таа прокламација не беше решено, ниту пак можеше да се реши без вклучување на регулативната функција на општата институција на сопственоста во рамките на нејзината историска интегративна рамка. Ова е всушност точката која ги покажува логиката и општествениот резон во тргнувањето кон процесите на трансформација на сопственичките односи во социјалистичките земји и во Република Македонија.

2. Анализа на проблематиката – враќање или развој кон либерална демократија

Масовната определба за прифаќање на идејата и институциите на либералната демократија (особено во земјите на Источна Европа) беше

означена како светска либерална револуција со оглед на тоа што и „комунистичката левица и авторитарната десница банкротираа во сферата на сериозните идеи.“

На овој начин, уште еднаш во многу поубедливи услови, триумфално е истакната „совршеноста“ на либералната демократија која е израз на таква форма на човекова заедница која ги задоволува најдлабоките и најосновните копнежи. Тоа истовремено го означува „крајот на историјата“ затоа што „во развојот на темелните принципи и институции веќе нема да има натамошен напредок, бидејќи сите големи прашања веќе се решени.“

Овој триумфализам секако дека има идеолошка природа и е заснован на Хегеловото сфаќање за „крајот на историјата“ остварен со либералната држава, но и со предвидувањата на Маркс за крајот на класната борба и одумирањето на државата во комунистичкото општество.

Но, без оглед на тоа, реалниот проблем секако дека останува. Останува разрешувањето на дуалниот однос држава – граѓанско општество, без оглед на „светскиот процес“ кој води во модерна либерална демократија. Значи останува проблемот на државата и во услови на функционирање на модерната либерална демократија. Опасностите од „силна држава“ (проблемот на мегалотимијата) либералната демократија го разрешила преку една сложена низа од институционални мерки – принципот на суверенитет на народот, утврдувањето на човековите права, принципот на законитост, поделбата на власта итн.

Без оглед на тоа ова е проблем што има универзално значење во сите политички системи во кои функционира државата. Границата помеѓу функционирањето на државата и пазарните механизми е предмет на големи политички и интелектуални битки и расправи во текот на 20 век. „Денес тој судир е толку далекосежен и обемен што тој го преобразува нашиот свет и го подготвува платото за 21 век.“

Кои се областите и одговорностите на државата во економијата и каква заштита државата им нуди на своите граѓани? Што е правично одлучување и која е одговорноста на поединецот? Историското искуство покажува дека и во системите кои по дефиниција се либерални, особено во текот на 20 век, државата била надмоќна, проширувајќи го својот домен во она што некогаш било територија на пазарот. Во основа на оваа позиција на државата било убедувањето дека „пазарот оди во крајност и лесно може да пропадне, дека има премногу потреби и услуги кои тој не може да ги задоволи, дека ризиците се големи, а можностите за злоупотреби преголеми.“

Индикативно во оваа смисла е забелешката дека колку би им било полесно на Русите, СССР да пропаднел во 60-те или 70-те, имајќи предвид дека во тоа време владите на запад многу интервенирале, а државното

планирање и државната сопственост претставувале основен метод во стопанството. За Русите тогаш би било многу поприфатливо да се држат до државните претпријатија и во нив да вложуваат без оглед на загубите. Преодот кон пазарна економија во таква ситуација „не би бил толку тежок и трауматичен“.

Парадоксот е поизразен денес кога Западот на идеолошки план се уште инсистира на приватизацијата како глобален процес, а во неговото битие, во услови на економска и финансиска криза се одвиваат спротивни процеси на национализација на големи банки.

Но, дали денес по нешто повеќе од дваесет години од големата историска победа над социјализмот во Европа може да се тврди дека „живееме во дебелата сенка на Карл Маркс, секојдневно потсетувајќи се на неговата црна прогноза за неизбежниот крај на капитализмот“. Може ли капитализмот да преживее вакви и уште потешки кризи? Може ли социјализмот да му конкурира и да создаде услови за поголема слобода и еднаквост? Дали државата како „извршен орган на владејачката класа“ е вградена во системот на капитализмот за да му помага да преживее во криза, а кога доволно ќе закрепне ќе му дозволи да се врати на старата практика. И така во круг – од една криза во друга.

3. Дискусија – приватизацијата и државата

Во дискусиите за проблемите на транзицијата и глобализацијата и во тој контекст за приватизацијата, како да се потврдува правилото дека, кога зборовите ќе постанат политичко орудие, често ја губат разбирливоста.

Приватизацијата не е исклучок од ова.

Самиот термин приватизација прв пат го употребил Дејвид Хавел, кој пак го позајмил од Питер Дракер и го употребил во еден памфлет од 1969 година - „Нов тип на влада“. Но, идејата спиела се додека поранешниот британски премиер, Маргарет Тачер не го презела како елемент на нејзината политичка и изборна програма. Таа тој термин го сфатила како синоним за „слободно претпријатие“. „Иако е грд, сепак е еден израз“ – бил нејзиниот прв коментар.

Суштински, за неа приватизацијата не е само зголемување на приходите на државата или смирување на синдикатите. Се работи за промена на рамнотежата во целокупното општество. Таа сакаше да оствари „демократија која ќе биде сопственик на капиталот“.

Тоа беше основата на идејата за приватизација – растурање на капиталот колку што е можно пошироко, така што секој да биде инволвиран како сопственик, а ако секој може да биде сопственик, тогаш секој може да биде капиталист. Тоа е новиот дух на демократскиот капитализам – се движи

во разни форми и имиња, меѓутоа насекаде се развива идејата дека луѓето треба да бидат сопственици.

Во литературата се наведуваат различни значења на поимот приватизација.

Имајќи ги предвид македонските услови во кои се спроведува процесот на приватизација и неговите цели, а посебно аспектите на ова истражување на овој процес, како работна дефиниција на приватизацијата го земам „пренесувањето на правото на вишок на профит од производството на некое претпријатие од државен на приватен сектор, со пропратна промена на регулативната политика.“ Оваа дефиниција има пошироко значење и приватизацијата не ја идентификува само со едноставната продажба на државните претпријатија. Продажбата на државните претпријатија не мора да е секогаш во прашање при приватизацијата (на пример, во случајот на франшиза, одобрена за управување со јавни објекти или легални државни монополи - ТВ центри). Дури и кога е во прашање продажба на државни претпријатија, влијанието на приватизацијата може во голема мерка да зависи од одлуките донесени во врска со регулацијата (на пример, регулација за системите на телекомуникација).

Приватизацијата во оваа смисла се сфаќа како процес кој води кон зголемена ефикасност и одвојување на државното претпријатие од државната бирократија, при што крајна цел е приватната сопственост.

Од ова произлегува дека непосредниот ефект на приватизацијата се состои во замена на државната контрола на управување со претпријатието со акционерска контрола. Во претпријатијата во државна сопственост работата на менаџерските тимови ја контролира владата. Во претпријатијата, пак, во приватна сопственост, менаџерите им одговараат директно на акционерите.

4. Искривување на приватизацијата – државата на мала врата

Длабоко искривување на процедурата на приватизацијата изврши Законот за преструктуирање на дел од претпријатијата кои во своето работење искажуваат загуби.

Со овој Закон се уредуваат условите и начинот на организационо и финансиско преструктуирање на дел од претпријатијата кои искажуваат загуби во своето работење. Овие претпријатија ги определува Владата на Република Македонија, а нивното преструктуирање се врши според посебна програма за преструктуирање што ја носи Владата на Република Македонија поддржана од Меѓународната банка за обнова и развој.

Владата одбра 25 претпријатија (подоцна таа бројка достигна 40 претпријатија) кои требаше да бидат подложени на специјална програма. Овие претпријатија требаше да бидат најголемите загубари, одбрани според три клучни критериуми:

- Претпријатија кои прават загуби затоа што нивните цени на производи се под контрола;

- Претпријатија што треба да се ликвидираат, но тоа не се прави од политички и општествени причини и

- Претпријатија врз кои директно влијаат трговските санкции.

Заради ефикасно функционирање во пазарни услови, претпријатието е должно во соработка со Агенцијата на Република Македонија за трансформација на претпријатијата со општествен капитал да изготви програма за преструктуирање.

Програмата за преструктуирање на претпријатието ја одобрува Владата на Република Македонија.

Суштински во преструктуирањето беше член 7 каде што е утврдено дека побарувањата на државата, јавните претпријатија и банките, освен побарувањата по основ на пензиско - инвалидско осигурување, се претвораат во влог на претпријатието.

Другите доверители своите побарувања можат да ги претворат во влог на претпријатието.

За влогот на доверителите според член 10 од Законот претпријатието издаваше акции за преструктуирање без право на глас.

Во управните одбори на Акционерските друштва и општествените претпријатија за време на спроведувањето на програмата за преструктуирање Владата на Република Македонија именуваше најмалку по еден член. Членовите на Управниот одбор именувани од Владата на Република Македонија имаат право на глас сразмерно на учеството на општествената сопственост во структурата на капиталот на претпријатието, но не помалку од 51% од вкупниот број гласови.

На овој начин, сите ингеренции на Агенцијата за приватизација како стручна институција во трансформацијата на поголемите претпријатија, (член 70 од ЗТПОК), фактички беа пренесени директно на посебни тела на Владата (Комисија за преструктуирање на големите загубари односно телото за загубарите) или на самата Влада.

Всушност фактичкото одлучување за моделот на приватизација по преструктуирањето на претпријатието и изборот на евентуалниот инвеститор беше кај Владата. На овој начин беше извршена продажбата на АД Бучим - Радовиш, Рафинерија Окта АД Скопје, АД Македонка - Штип, НИП Нова Македонија АД - Скопје и други.

Интервенцијата на Законот за трансформација на дел од претпријатијата кои покажуваат загуби во своето работење во процесот на трансформација согласно ЗТПОК внесе забуна кај Управниот одбор на Агенцијата за приватизација. Тоа се гледа и од реакцијата на Претседателот на Управниот одбор на Агенцијата за приватизација до Владата на

Република Македонија: „Од напред изнесеното сметаме дека формулацијата на член 29 од Законот за загубарите не е најсреќно избрана, односно се однесувала на предходните намери трансформацискиот процес комплетно да го води Агенцијата, а не Повереништвото и Комисијата за следење на трансформацијата на претпријатијата загубари. Доколку овој член се сфати буквално тогаш навистина нема смисла Агенцијата да реферира за реализацијата на програмите за трансформација кога нема никаков удел во изборот на одговорните лица во претпријатијата загубари (претседателите на управните одбори со 51% од гласовите) како и при изборот на одговорните во Повереништвото. Сепак, останува обврска на Агенцијата редовно да ја информира Владата за реализација на програмите за приватизација на овие претпријатија, кога ќе пристигнат нивните Програми во Агенцијата, а за кои што Одлука треба да донесат токму управните одбори во чии што редови со 51% од гласовите седат членови предложени и координирани од Повереништвото и Комисијата на Владата“.

Нетранспарентниот начин на реализација на трансформацијата на овие претпријатија остави сомнеж за незаконитост и оштетување на општествениот и државниот капитал. Во врска со тоа за случајот Нова Македонија, Македонка - Штип и Окта - Скопје се покренаа или се бараше да се поведат кривични постапки против одредени членови на Владата на Република Македонија.

Против приватизациски удар изврши и Законот за отстапување на деловни средства од страна на претпријатијата во коишто Република Македонија и Агенцијата на Република Македонија за трансформација на претпријатијата со општествен капитал имаат акции, односно удели.

Овој Закон ги уредуваше условите, начинот и постапката за отстапување на деловни средства од страна на претпријатието во коишто Република Македонија и Агенцијата на Република Македонија за трансформација на претпријатијата со општествениот капитал имаат акции односно удели. Овие претпријатија всушност се оние претпријатија коишто за вредноста на државниот капитал и општествениот капитал на Република Македонија и на Агенцијата на Република Македонија за трансформација на претпријатијата со општествениот капитал им издала обични или приоритетни акции, односно потврди за удели.

Суштината беше повторна интервенција на државата во веќе трансформираните претпријатија со цел:

Да се намали вредноста на главнината на претпријатието со што ќе се зголеми акционерскиот капитал и ќе се обезбеди степен на приватизација над 51% од новата намалена вредност на претпријатието. На овој начин се постигнуваше исполнување на законскиот услов за приватизирано претпријатие.

Со ова им се излегуваше во пресрет на актуелните менаџери да го преземат управувањето со претпријатието без да ги купуваат и да ги платат акциите на општествениот капитал.

Оваа интервенција обично се практикуваше во претпријатијата трансформирани по моделот продажба на претпријатието на лица што го преземаат управувањето со претпријатието. Во ситуација кога овие лица не можеа да го исполнуваат договорот, а особено не можеа да ги плаќаат доспеаните рати за отплата на акциите, наместо договорот да се раскине се влегуваше во отстапување на средства на претпријатието за намалување на општествениот капитал. Со ова управувањето остануваше во рацете на актуелните менаџерски екипи.

Типични примери за спроведување на овој Закон беа АД Типо - Скопје, кои ги отстапи скоро сите стоковни куќи во внатрешноста на Република Македонија, АД Охис - Скопје, кој отстапи цела фабрика за стаклена жица, Технометал-Вардар АД - Скопје и Макотекс АД - Скопје кои отстапија деловен простор.

Државата мораше да спроведува процедура на нова продажба јавувајќи се во улога на поспособен продавач во однос на претпријатијата.

5. Резултатите на македонската приватизација

Ефектите од една и пол деценискатa трансформација не можат да се оценат како добри, односно не се во рамките на она што се очекуваше како ефект од моделот на платена приватизација.

По сите овие 15 години приватизација, во Македонија приватниот сектор во бруто - домашниот производ учествува со околу 65%, што е полошо и од Албанија каде учеството на приватниот сектор во БДП е 75%.

Имајќи ги предвид конечните резултати од спроведениот процес на приватизација може да се тврди дека токму бавноста со која се реализираше приватизацијата, а тоа значи и несоодветен избор на модел на платена приватизација, се основна причина за релативниот неуспех на трансформацијата на општествената сопственост во Македонија. Трансформацијата на едно претпријатие, од подготовката за трансформација до продажбата и до конечната отплата на петгодишните рати траеше најмалку седум години.

Основна грешка во стратегијата на македонската приватизација беше сфаќањето дека вистинската трансформација на општествената сопственост не може да се редуцира "на актот на укинување на општествениот капитал преку номинирање на главниот титулар, бидејќи приватизацијата не ја ситуира внатре во процесот на воспоставувањето и развивањето на сопственичкото претприемачко однесување. Односите на приватната сопственост можат да се воспоставуваат и развиваат само постепено и етапно никако со простиот атак врз постојниот општествен капитал.

Врз таа основа беа отфрлани таканаречените брзи модели на приватизација како што е ваучерскиот модел или пак комбинираните

модели. Затоа креаторите на македонската приватизација тврдеа дека: „Доколку сакавме да пристапиме кон ваучерски модел, најпрвин требаше да направиме чекор назад и да ги национализираме претпријатијата, да ги трансформираме во државни, да ги ставиме под државни стеги и потоа да отпечатиме ваучери и истите да ги поделиме на населението.“

Резултатите покажуваат дека она што сакавме да го избегнеме со евентуалната промена на ваучерскиот модел (подржавување) го добивме со реализацијата на моделот на платена приватизација. Разликата е само во тоа што со актот на издавањето на ваучерите државата ќе се „себе - укинеше“ во доменот на акционерската сопственост, а со платената приватизација во наши услови сè уште (дури и по укинувањето на Агенцијата за приватизација) се „себе - одржува“.

Ваквата стратегија се покажа како погубна за приватизацијата.

Приватизацијата долго трае без соодветна развиена регулатива и институции на акционерството (до 1996 година се работеше без Закон за трговски друштва, без Македонската берза на долгорочни хартии од вредност, без Централниот депозитар за хартии од вредност, а Комисијата за хартии од вредност работеше по стариот Закон за хартии од вредност). Потпирањето само на времето и неговото растегнување не можеше да донесе суштинска трансформација на општествената сопственост само по себе.

Првите пет години на спроведувањето на ЗТПОК (1993-1998) фактички изминаа во “пренос” на акциите и уделите на општествениот капитал кои не се продаде по некоја од техниките за приватизација на Агенцијата за приватизација.

Целата прва година од овој период Агенцијата за приватизација и претпријатијата вршеа само подготовки за приватизација: конституирање на органите на Агенцијата, изготвување на методологија за проценки за вредноста на претпријатијата, донесување на упатства и други акти за спроведување на одлуките за приватизација, едуцирање на проценители, контрола на трансформацијата извршена по ЗОК, организирање едукативни семинар итн.

Кон крајот пак на 1995 година трансформирани се вкупно 604 претпријатија, а во процесот на трансформација биле 396 претпријатија. До овој рок, според анализите на Агенцијата приближно 200 претпријатија не го започнале процесот на трансформација во роковите определени со закон.

Кога се анализира структурата на трансформираните претпријатија врз основа на бројот на претпријатијата, најбројни се оние што се трансформирале според моделот откуп од страна на вработените, па потоа признавањето на странскиот влог, а најмалку бројни се оние во коишто главен модел била конверзијата на долг во влог, меѓутоа, доколку се анализира структурата од аспект на бројот на вработените, и уште повеќе-вредноста на капиталот, очигледно доминантен станува моделот откуп од страна на лица што го преземаат управувањето со претпријатијата.

До 31.12.1999 година, период во кој беа извршени измени во ЗТПОК извршена е трансформација на вкупно 1488 претпријатија.

Од табелата подолу може да се виде дека сè уште доминантни техники на приватизација се откуп од страна на вработените и откуп од страна на менаџерите.

Таб. 1: Техники на приватизација

	до 31.12.1999 година		
Модел	**Број**	**Број на вработени**	**Проценета вредност**
Стар закон	66	11.522	144.471.007
Откуп од страна на вработните	384	17.738	155.455.264
Продажба на идеален дел	67	15.812	364.062.157
Преземање на управувањето	247	72.720	1.391.121.939
Закуп со откуп	4	217	1.872.951
Дополнително вложување	20	6.924	137.377.989
Пренесување на Агенцијата	28	14.717	306.664.921
Конверзија на побарувањата на доверителите во траен влог	75	18.656	552.297.526
Странски капитал	156	1.933	52.629.791
Приватен капитал	128	5.143	57.762.915
Ликвидација	164	984	-
Откуп	149	49.585	1.004.682.596
ВКУПНО	**1.488**	**215.951**	**4.138.399.055**

Извор: Агенција за приватизација

6. Заклучок

Избраната стратегија на македонскиот модел на сопственичка трансформација не успеа да ја избегне очекуваната опасност од преголемото инфилтрирање на државата во тој процес. Тоа значеше забавување (процесот од неговиот почеток од донесувањето на ЗОК до донесувањето на измените на ЗТПОК во 2004 година траеше полни 14 години што се покажа непотребно долго), но и негово формалистичко остварување (особено процесот на трансформација во првата фаза е процес на формално претворање на општествениот капитал во државна сопственост: акциите издадени врз основа на општествениот капитал беа едноставно пренесувани на Агенцијата за приватизација за таа понатаму да ги продава на берза).

Противречната позиција на државата во процесот на приватизација беше очигледна и од аспект на спроведувањето на процесот на денационализација кој започна многу подоцна и се спроведуваше како втора национализација.

Summary

The strategy chosen for the Macedonian model of ownership transformation did not succeed to avoid the expected danger of the overwhelming infiltration of the state in that process. It meant slowing down of the above-mentioned process (from its beginning with the enactment of the Social Capital Law – SCL until its end with the 2004 amendments of the Law on Transformation and Privatization of the Social Capital – LTPSC) which lasted 14 years – unnecessarily long period. Besides slowing down the process, this also resulted in formalistic realization of the ownership transformation process. Especially the process of transformation in the first phase – process of formal transformation of the social capital into state's ownership: the shares issued based upon the social capital were simply transferred to the Agency for Privatization in order to be sold on the stock market.

The contradictory position of the state in the process of privatization was obvious from the aspect of denationalization enforcement, as well.

First, the privatization process began and was realized without previously performed denationalization. The Law on Denationalization was enacted in 1999, six years after the commencement of the privatization process;

Second, following the successful restitution of the property (i.e. shares) to the previous owners, there was a period of 'second nationalization' in which the state either does not return the property or takes it away for private interests.

Key words: *Property, state, privatization, management, regulation.*

Користена литература

1. Baily W. R.: *Upotreba i zloupotreba privatizacija*. Split: Pogledi br. 2. 1989.
2. De Soto H.: *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else*. London: Basic Books. 2000.
3. Ellerman, D.: *The democratic worker – owned firm – a new model for the East and the West*. Boston: UNWIN. 1990.
4. Horvat, B,: *Transition and restoration: the two alternative strategies*. Belgrade: Recent lessons from transition and privatization. 2000.

5. Kovač, B.: *Politička ekonomija privatizacije – između teoriskih kontraverzi i praktičnih mogučnosti*. Split: Pogledi br.2. 1989.

6. Pusic, E.: *Društvena regulacija – granica znanosti i iskustva*. Zagreb: Globus. 1990.

7. Yergin, D., Stanislav, J.: *Komandni visovi*. Beograd: Narodna knjiga. 2004.

8. Фукојама, Ф.: *Крајот на историјата и последниот човек*. Скопје: Култура. 1994.

9. Чомски, Н.: *Исток како земјите на третиот свет*. Скопје: Нова Македонија, 23.01.1994.

10. Штиглиц, Ј.: *Глобализацијата и незадоволството од неа*. Скопје: Утрински весник, 11.08.2003

329.05:316.774

D-r **Jovanka MATIĆ,** naučni saradnik

JEDAN POGLED NA ODNOS MEDIJE I POLITIKE

(Kulturološki pristup u istraživanju delovanja televizije tokom izbornih kampanja 1990-2000. u Srbiji)

Apstrakt

U prvoj deceniji političkog pluralizma u Srbiji - od decembra 1990. do decembra 2000. godine – glasači su izlazili na birališta za opšte republičke parlamentarne izbore u proseku svake dve godine. Ako se u računicu uvrste i savezni izbori, pokazuje se da su oni glasali svakih 15 meseci. Iako je u ovom pogledu Srbija bila rekorder među post-komunističkim zemljama, u njoj je među poslednjima ostvarena mirna smena vlasti, koja se smatra kritičnim pragom demokratije. U četiri izborna ciklusa - 1990, 1992, 1993. i 1997. godine – najveći broj glasova i mandata u Skupštini Srbije osvojila je Socijalistička partija Srbije (SPS), direktni naslednik komunističke partije, koja je zemljom upravljala prethodnih 45 godina. Uzastopne izborne pobede omogućile su SPS da samostalno ili u koaliciji sa drugim partijama nastavi da bude vladajuća snaga i u višestranačkom političkom sistemu, uvedenom 1990. godine. Posle punih 10 godina političkog pluralizma, u decembru 2000. godine, Socijalistička partija Srbije je smenjena sa vlasti glasačkom voljom. Većina birača glasala je tada za koaliciju DOS, čija je programska platforma nudila suštinske ekonomske i političke reforme društva u cilju stvaranja moderne parlamentarne i tržišne demokratije.

Kljucne reci: *izbori, mediji, demokratija, parlament, visestranacki politicki sistem*

UVOD

Objašnjenje desetogodišnjeg neprekinutog niza izbornih pobeda SPS u Srbiji, uprkos sve lošijim rezultatima njene vlasti, posebno u ekonomskoj sferi, predstavlja veliki izazov za istraživače. U literaturi koja pokušava da odgovori na ovaj izazov upadljivo je odsustvo sveobuhvatnog sagledavanja uloge medija u izbornoj komunikaciji u Srbiji tokom 1990-tih, iako su moderne izborne kampanje

pre svega medijske kampanje. Najveći broj građana osnovne informacije o izbornim učesnicima dobija iz medija i nema direktnog dodira ni sa kandidatima ni sa njihovim izbornim platformama. Sa druge strane, i sami izborni kandidati se najviše usmeravaju na masovne medije kako bi uticali na birače.

Deo objašnjenja biračkih opredeljenja na izborima tokom 1990-tih može se naći u funkcionisanju televizije tokom izbornih perioda.

Način na koji su najznačajnije TV stanice ekranizovale izbore, a posebno način na koji je to činila državna televizija RTS, poništio je demokratski karakter izborne utakmice. Informativni TV programi o izborima su sistematski favorizovali neke izborne učesnike u odnosu na druge a biračima nisu obezbedili adekvatne informacije kao osnovu za racionalan politički izbor.

Diskriminacija se obavljala u svim formama izborne komunikacije, ali je najveći uticaj ostvarivan kroz redovno novinarsko izveštavanje.

Medijske strategije uticaja na birače

Redovno TV izveštavanje o aktuelnim (izbornim i neizbornim) događajima uoči izbora od 1990. do 2000. godine je omogućavalo da izborne poruke jednog izbornog učesnika budu lakše prihvatljive za birače od poruka njegovih izbornih rivala. Državna televizija je u redovnim informativnim programima na ovaj način favorizovala vladajuću partiju/koaliciju, a najuticajnija alternativna televizija (Studio B tokom 1992. i 1993. i TV BK tokom 1997. godine) je favorizovala interese glavnog opozicionog učesnika izbora.

Redovno medijsko izveštavanje tokom izbornih perioda bilo je u kompetenciji uobičajene žurnalističke prakse, odnosno profesionalne odgovornosti. Demokratski standardi medijskog ponašanja u izbornom postupku zahtevaju aktuelno i uravnoteženo informisanje u redovnim informativnim programima. Profesionalna odgovornost ovde podrazumeva odsustvo favorizovanja nekog izbornog učesnika, ali ne isključuje analitičko razmatranje događaja i tema u skladu sa profesionalnim principima korektnosti i objektivnosti.

TV stanice u Srbiji, međutim, nisu u redovnim informativnim programima publici obezbeđivale uravnoteženu sliku zbivanja i raznovrsnost mišljenja i analize, kakvu zahtevaju standardi korektnosti i objektivnosti. One su, naprotiv, stvarale takav informativni bekgraund koji je uvek favorizovao jednog izbornog učesnika, kako prikazima događaja u kampanji i kreiranjem imidža glavnih izbornih rivala, tako i načinom na koji su izborni dogadjaji smešteni medju druge relevantne dogadjaje i prikazivanjem osnovne dileme oko koje se ostvaruje izborna odluka. U ovim programima upravo su korišćene ključne strategije uticaja na birače, jer su one ovde najmanje primetne.

Glavne TV stanice su u centralnim informativnim programima jasno za gledaoce definisale poželjnog izbornog pobednika. U njihovom delovanju su identifikovane sledeće medijske strategije uticaja na birače, koje su obe TV stanice koristile u redovnim informativnim programima: 1) obezbeđivanje velikog i dominantno pozitivnog publiciteta jednom izbornom učesniku; 2) davanje malog i dominantno negativnog publiciteta njenom glavnom rivalu; 3) transferisanje imidža države na imidže partija; 4) kontekstuiranje izbora u takvu sliku sveta koja stimuliše birače da izborne poruke jednog izbornog učesnika prihvate kao smislenije od drugih, i u okviru toga, 5) definisanje smisla izbora u skladu sa interesima poželjnog izbornog pobednika.

Praksa drugih zemalja sa tradicijom demokratskih izbora pokazuje da redovni informativni programi najjače utiču na izborne preferencije birača, jer među publikom uživaju najveći kredibilitet. Po opštim konvencijama i publike i profesionalaca, oni se smatraju najmanje podložnim subjektivnim vrednovanjima novinara. Stoga se kao centralne medijske operacije za regrutovanje biračke podrške smatraju one koje favorizuju jednog izbornog učesnika, a čije rezultate primene publika doživljava kao verodostojne i objektivne. Među navedenima, tu spadaju poslednje tri.

Nejednak publicitet

Nejednaka raspodela publiciteta izbornim učesnicima je najlakše prepoznatiljiv način favorizovanja jednih i diskriminisanja drugih izbornih učesnika. Ona ima uticaja na određeni deo biračkog tela, naročito ako je publici dostupna samo jedna verzija izborne ekranizacije, što u Srbiji jeste bio slučaj tokom čitave decenije.

U programima RTS, izborne aktivnosti i poruke SPS ili koalicije koju je ona predvodila uvek su dobijale više vremena nego promotivne aktivnosti njenih glavnih rivala. Nejednak tretman u korist SPS u odnosu na glavne rivale se godinama ne samo održavao, već se kvantitativna prednost SPS u pogledu prisutnosti na ekranu povećavala sa svakim novim izbornim ciklusom, odnosno sa slabljenjem rejtinga vladajuće partije.

Na izborima 1992. godine, tokom dve poslednje nedelje kampanje, prilozi o aktivnostima SPS u glavnoj informativnoj emisiji RTS bili su dva puta duži od ukupnog vremena posvećenog njenom glavnom izbornom rivalu. Na izborima 1993. godine, oni su bili četiri puta duži, a 1997. godine, četiri i po puta.

Favorizovanje vladajuće stranke/koalicije obavljalo se i pristrasnim vrednosnim tretmanom izbornih učesnika. Lideri SPS i njenih koalicionih partnera, njihove aktivnosti i njihova obećanja češće su prikazivani u pozitivnom vrednosnom kontekstu, dok su opozicione stranke najveći deo publiciteta dobijale

u negativnom vrednosnom kontekstu. Prilikom prvih višestranačkih izbora 1990. godine, vladajuća partija je predstavljena pozitivno u 23% priloga u redovnom delu "Dnevnika", a negativno u 2%. Njen glavni protivnik SPO predstavljen je negativno u 45% priloga, a pozitivno u 7%. Na izborima 1997. godine, koalicija SPS-JUL-ND je dobila 125 minuta pozitivnog a jedan minut negativnog tretmana, dok su dve najznačajnija učesnika iz redova demokratske opozicije (SPO i Koalicija Vojvodina) pomenute pozitivno u 29 minuta, a negativno u 40.

Vrednovanje izbornih takmičara obavljano je verbalno, ali i raznim drugim simboličkim sredstvima– selekcijom povoda za izveštavanje, izborom aktera događaja, prioritetizovanjem određenih tema na račun drugih, vizuelnim jezikom. TV govor državne televizije je u svim izbornim ciklusima gradio imidž vladajuće partije kao uspešne, svestrane, visoko funkcionalne i koherentne organizacije, jedine sposobne da ostvari "korak napred". Opozicija je, naprotiv, predstavljana kao neuspešna, nekoherentna, nejedinstvena, nedosledna, nesposobna i opasna, kao garant "koraka unazad". U prikazivanju vladajuće partije potencirane su njene dotadašnje zasluge i uspesi, izborna obećanja i uverenje u izbornu pobedu. SPS se najčešće predstavljala kroz sliku koju stvara sama o sebi, što je nije povezivalo sa negativnim posledicama njene vladavine. Opoziciji je, naprotiv, vrlo retko dozvoljavana samointerpretacija. Njenu sliku o sebi posredovali su TV reporteri, koji su posebno pažljivo vršili selekciju opozicione kritike vlasti i ukazivanja na njenu odgovornost za stanje u društvu, ali i necelovito prikazivali detalje opozicionih izbornih platformi.

Medjutim, česti građanski protesti protiv državne televizije i njena sudbina 5. oktobra 2000. godine su pokazali da neravnopravan tretman izbornih učesnika može imati "bumerang efekat".

Državni marketing

Uredničke kompetencije TV novinara sistematski su korišćene i za tri navedena, manje očigledna načina uticaja na birače da se opredele za jednog izbornog učesnika. Na RTS, jedna od tih operacija je bila transferisanje pozitivnog imidža države na imidž partije na vlasti, dok je na Studiju B stvaran negativni imidž države i vlasti koji je osnaživao imidž glavnog opozicionog izbornog učesnika kao najžešćeg kritičara vlasti.

Izborna pravila o ponašanju medija nikada nisu pokušala da onemoguće zloupotrebu državnog marketinga u svrhu partijske promocije, iako je opozicija pokušavala da nametne ograničenja ovoj vrsti diskiminacije opozicionih izbornih učesnika. Ovaj propust u regulativi TV novinari državne televizije su koristili za poništavanje razlika između javnih istupa političkih ličnosti sa dvojnim identitetom državnih i partijskih lidera/kandidata i dozvoljavali da oni pri obavljanju državničkih

funkcija afirmišu partijske pozicije. Time su kandidati vladajuće partije dobijali dodatnu mogućnost da u vestima o redovnim aktivnostima vlasti promovišu izborne poruke i obećanja. Još češće u redovnim vestima RTS su afirmisane aktivnosti državnih organa, a njihova predstava kao o javnoj službi koja uslužuje opšte dobro izjednačavana sa predstavom o partiji koja zastupa interese svih građana. Vladajuća partija je u ovim predstavama portretisana kao integralni "prirodni", a ne politički deo državne strukture: "ona nije vladajuća zato što je izabrana sa vremenski ograničenim mandatom već zato što su partija i država prirodna celina" (Milivojević, 1999, 14). Uobičajeno medijsko privilegovanje državnih funkcionera kao najčešćih subjekata javnog govora TV novinari RTS su kombinovali sa marginalizovanjem ili ignorisanjem legitimnih kritika vlasti. Time se kod publike uspostavljala osnova za identifikaciju sa državnom politikom, ali i sa vladajućom partijom koja je sa njom programski i personalno ujedinjena. Najdrastičniji primer simboličkog transfera podrške državi na podršku partiji bilo je izveštavanje RTS o "redovnim" aktivnostima predsednika Srbije Slobodana Miloševića koji je svoje državničke nastupe redovno koristio za afirmisanje programa SPS.

U obrnutoj matrici pristrasnosti Studija B u odnosu na RTS, vlast je dobijala mnogo veći negativni nego pozitivni publicitet. Neke od aktivnosti vlasti na ovoj televiziji nisu praćene na način koji odgovara važnosti događaja kako bi se onemogućilo osnaživanje imiža partije na vlasti preko publiciteta državnim funkcionerima. Ipak, novinari Studija B su u vestima koji se tiču vlasti potencirali politička i socijalna osporavanja vlasti, a aktivnosti državnih organa najčešće oblikovali kao protokolarne informacije o redovnim državničkim aktivnostima. Insistiranje na narušenom kredibilitetu vrha države imalo je za cilj da mobiliše simpatije za političke aktere koji su njegovi najglasniji kritičari.

Formulisanje konteksta i smisla izborne dileme

Najznačajnija i dugoročna strategija uticaja na birače ipak je kontekstuiranje izbora u određenu sliku realnosti, koju publika doživljava kao kredibilnu a koja po svojoj strukturi predisponira birače da lakše prihvate izborne poruke jednog izbornog učesnika, kao i definisanje smisla izbora u skladu sa interesima poželjnog izbornog pobednika u okviru takve slike sveta.

Pojedinačne TV priče dobijaju značenje u kontekstu ukupne televizijske produkcije, jer se svaka pojedinačna priča osmišljava u referentnom okviru prethodnih. Stoga je neizbežno da redovno televizijsko izveštavanje u formi vesti i izveštaja o događajima koji nisu neposredno vezani za izbore obezbeđuje kontekst u kome i sama izborna odluka dobija smisao.

Pri redovnom izveštavanju o svakodnevnim aktuelnim događajima mediji neminovno publici pružaju "mentalnu mapu" za razumevanje sveta. Oni

osmišljavaju relanost u skladu sa opšteprihvaćenim društvenim pretpostavkama o tome kako su svet i društvo organizovani i kako funkcionišu. Medijsko izveštavanje o događajima dana to čini odabirom "traka života" koje predstavlja publici, njihovim označavanjem kao relevantnih za javnost, uobličavanjem izabranih događaja i tema u žanrovske forme i logičke narativne strukture i postavljanjem odabranih tema u odnos sa drugim temama. Tokom izbornih perioda, ova referentna mapa služi za orijentaciju birača na političkom tržištu.

Izveštavanje državne televizije o aktulenim neizbornim događajima tokom izbornih perioda je publici nudilo takvu referentnu mapu sveta u kojoj se samo jedan skup izbornih poruka činio smislenim i prihvatljivim. To su u izbornim ciklusima 1990, 1992, 1993. i 1997. godine uvek bile poruke vladajuće partije SPS ili koalicije koju je ona predvodila. U izveštavanju novinara državne televizije o svakodnevnim događajima nije bilo neophodne raznovrstnosti mišljenja niti nepristrasne analize o glavnim društvenim kontroverzama, koji bi omogućili publici da se upozna sa konkurentskim tumačenjima realnosti i svoje opredeljenje zasnuje na poznavanju svih relevantnih apsekata kontroverznih pitanja. Umesto toga, televizijske verzije realnosti u svakodnevnom izveštavanju su se poklapale sa viđenjima društvenih zbivanja od strane najvažnijih državnih organa i organa vladajuće partije.

U slučaju TV Studio B, korišćena je ista strategija, ali su interpretacije sveta bile identične onima koje je promovisao glavni oponent vladajuće partije/koalicije.

Državna televizija je utvrđivala odgovarajuću scenu za učitavanje smislenosti i lakšu čitljivost poruka vladajuće partije uvek još pre zvaničnog početka izborne kampanje. Mnogo ranije nego što bi izbori zvanično bili proglašeni, svakodnevna rutinska praksa izveštavanja državne televizije afirmisala je vlast i osnaživala definicije društva formulisane od strane vladajuće partije, dok je istovremeno marginalizovala ili potpuno ignorisla oponentska mišljenja. Tokom kampanje selekciona matrica izveštavanja postajala je još restriktivnija, pa je televizijsko definisanje događaja potvrđivalo ispravnost politike partije na vlasti i afirmisalo rešenja koja su u skladu sa njenim političkim vizijama društva i izbornim obećanjima. Ovo je vladajućoj partiji pružalo ogromnu prednost u izbornoj utakmici, jer su se na fonu određene slike sveta njene definicije društvenih prioriteta i ponuđena rešenja nudili kao jedini pravi odgovor na izazove trenutka u kome se izbori održavaju. One su u kontekstu drugih zbivanja imale više smila i time bile lakše prihvatljive za birače.

Tokom izbornog perioda 1990. godine glavnina izveštavanja o temama koje se nisu direktno odnosile na izbore ticala se institucionalnih aranžmana u federalnoj Jugoslaviji i položaja srpskog naroda u republikama koje su težile izmeni svojih prava. Korišćenjem nekoliko medijskih instrumenata - pristrasnog izbora aktuelnih događaja, ignorisanja hrvatskih i slovenačkih viđenja spora oko uređenja jugoslovenske političke zajednice, podsećanja na stradanja srpskog

naroda u prošlosti, generalizovanja nacionalističkih incidenata, afirmisanja nacionalnih pokreta Srba u Hrvatskoj protiv legitimne republičke vlasti - državna televizija je gradila specifičnu i koherentnu sliku državne krize. U njoj se kao ključni problem predstavljala ugroženost opstanka srpskog naroda van Srbije, kao glavni uzok zalaganja za konfederalizaciju Jugoslavije definisalo neprijateljstvo prema Srbiji i srpskom narodu u republikama u kojima su dominirale druge etničke grupe, a kao rešenje afirmisala jaka državna vlast Srbije u očuvanoj centralizovanoj federaciji. Tumačenja realnosti koja su dobijala publicitet na državnoj televiziji nikada nisu stavljala događaje u Srbiji i Jugoslaviji u kontekst istorijskog poraza socijalističkog sistema i potrebe nove strategije društvenog razvoja koja se oblikovala u drugim zemljama Centralne i Istočne Evrope.

Kako je vladajuća partija u svom programu insistirala da se državni i nacionalni interesi Srbije mogu zaštiti samo u federalnoj državi i da je modernizovanje federacije odgovor na sve državne i društvene probleme, njene izborne poruke imale su više odjeka među građanima nego poruke opozicije koja je kao društveni prioritet isticala transformaciju komunističkog sistema, a u shvatanju nacionalnih interesa se uglavnom slagala sa SPS. Apeli vladajuće partije imali su veću rezonancu među publikom i zbog toga što se ona, upravo zahvaljujući medijima, etablirala u javnoj svesti kao snaga koja razvija demokratiju time što je omogućila da na videlo izađe narodno nezadovoljstvo birokratizovanim komunističkim sistemom i što je ekonomsku disfunkcionalnost socijalizma uspela da objasni kao posledicu nerešenih odnosa u federaciji.

Uoči izbora 1992. godine, ključni element slike sveta u koju je kontekstuirana prezentacija izbora bila je opravdanost rata koji vode Srbi u Hrvatskoj i u Bosni i Hercegovini kao odbrambenog i potreba odupiranja inostranom pritisku da im se u tom ratu pomogne. Od početka izbijanja oružanih sukoba 1991. godine, rat je tretiran kao ključni mehanizam zaštite državnih i nacionalih interesa srpskog naroda, dok je anti-ratni stav diskvalifikovan kao nepatriotski. Izveštaji sa ratnih područja nisu homogenizovali publiku protiv nasilja kao načina rešavanja konflikta, već su mobilisali solidarnost sa Srbima kao jedinim prikazanim žrtvama oružanih sukoba i jedinstvo u otporu etničkim neprijateljima. Na ovom bekgraundu, u situaciji prekida protoka informacija, kada su oficijelne informacije bile jedini izvor saznanja o ratnim zbivanjima, poruke SPS i drugih nacionalističkih partija o potrebi svih oblika solidarnosti sa zaraćenim Srbima nosile su patriotski naboj, a glasanje za njih značaj patriotske, a ne političke odluke. TV prezentacija uzroka rata nikada nije omogućavala viđenje rata kao sukoba agresivnih politika bivših jugoslovenskih republika, Hrvatske, Srbije i Bosne i Hercegovine, od kojih svaka teži da na istoj teritoriji stvori nacionalnu državu u kojoj će dominirati njeno etničko stanovništvo. Za gledaoce državne televizije koji su se svakodnevno sretali samo sa jednim tumačenjem realnosti, poruke opozicije o potrebi nalaženja mirnog rešenja konflikta i promene vlasti u Srbiji, koja je jedan od uzročnika rata, nisu se doimale kao odgovarajuće rešenje ključnog društvenog problema.

Pred izbore 1993. godine, izborna dilema osmišljena je na fonu slike sankcija međunarodne zajednice kao ključnog krivca za društvene probleme. Istovremeno, svakodnevne TV vesti o aktuelnim društvenim događajima gradile su profil vlasti koja uspešno odgovara teškoćama izazvanim međunarodnom izolacijom i ekonomskom blokadom. Izveštavanje sa ratnih frontova naglašavalo je ratni uspeh Srba u BIH, ali je njihova retorika umesto oslobodilačke retorike afirmisala mirovno rešenja konflikta. Selekciona mreža subjekata kojima je data mogućnost da svojemišljenje iznesu javnosti propuštala je samo one koji su raniju ratnu politika vlasti preveli u kontinuirano zalaganje za mir i pregovore, a sa ekrana su uklonjeni čak i personalni simboli ratnog rešenja krize. Medjunarodne sankcije, kao glavni predtekst svih vesti, nikada se nisu dovodile u vezu sa politikom vlasti, a ona je portretisana kao kompetentni akter koji uspeva da nađe adekvatna rešenja za normalizaciju života pod izuzetno teškim okolnostima.

Odsustvo slike teških posledica odabranog pravca razvoja društva i obilje dokaza o znalačkom umeću vlasti da društvo izvede iz krize bolje su se slagale su porukama SPS da je vreme za mir koji će doneti nove mogućnosti prosperiteta nego sa opozicionim ubedjivanjima da vlast koja vodi pogrešnu politiku sa katastrofalnim posledicama treba konačno smeniti.

Na izborima 1997. godine, glasačko opredeljenje je situirano u prikaz uspešnosti projekta vlasti na reintegraciji Srbije i SRJ u međunarodnu zajednicu nakon okončanog rata i na stabilizaciji ekonomije i nastavku društvenih reformi. Optimistička slika oživljavanja investicionog i proizvodnog ciklusa u kojoj nije bilo mesta za bilo kakvu kritiku vladajućeg kursa i uz prećutkivanje gubljenja poverenja u vlast u lokalnim zajednicama davala je uverljivost izbornim obećanja SPS o novim društvenim postignućima u novim uslovima mira i pomirenja sa svetom. Poziv nekih opozicionih partija na bojkot izbora u ovom kontekstu nije imao dovoljnu ubedljivost, kao što je nisu imali ni obećanja drugih da će one umeti bolje da upravljaju zemljom i prekinu njeno propadanje.

Konstruisanje slike stvarnosti koja je u svim aspektima kompatibilnija sa programskom platformom jednog izbornog učesnika u odnosu na druge nije bilo rezultat uobičajenog medijskog funkcionisanja koje uvek koristi selekciju u prikazivanju događaja, i nikada ne može da prikaže svu raznovrsnost mišljenja o nekoj temi. Selekcioni obrazac državne televizije bio je politički, a ne profesionalno motivisan. Ovo postaje očigledno kada se njene verzije stvarnosti uporede sa tumačenjima svakodnevice koje su proizvodile druge televizije. Na televiziji Studio B, 1992. godine ratovi u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini izgledali su znatno drugačije nego na RTS. Slike posledica vladavine SPS uoči izbora 1993. godine i 1997. godine na Studiju B takođe su bile drastično različite od onih na državnoj televiziji. Dok su simbolički konstrukti državne televizije afirmisali oficijelne definicije društva i obezbeđivali okvir za lakše procesuiranje poruka vladajuće partije, "mentalne mape" koje je za svoje gledaoce proizvodila TV Studio B bile su suprotne prirode - one su problemtizovale zvanične liste

društvenih prioriteta i definicije stvarnosti iz vizure establišmenta i više smisla obezbeđivale porukama opozicionih partija.

Konkurentska, čak antagonistička, tumačenja istih događaja i tema na različitim televizijama upućuju da je konačan TV proizvod bio rezultat čitavog niza profesionalnih odluka, a da one nisu bile rukovođene profesionalnim kriterijumima korektnosti, blagovremenosti, celovitosti, balansiranosti i nepristrasnosti. Analiza uslova u kojima su funkcionisali mediji tokom izbornih perioda otkriva da su mediji bili podvrgnuti određenim institucionalnim pritiscima koji su imali direktnog uticaja na njihovu uređivačku politiku i poštovanje profesionalnih standarda.

Strukturalna zavisnost RTS od državnog establišmenta tokom devedesetih godina (državno vlasništvo, kontrola finansija, državni upravljački monopol), sukobi između novinara profesionalaca oko načina izveštavanja uoči i tokom prvih višestranačkih izbora (1990. godine), čistke novinara (krajem 1992 - početkom 1993. godine) i naknadne smene novinara i urednika sa promenom zvanične politike (1993. godine) pokazuju da je vlast grčevito težila da obezbedi direktni uticaj na konačne TV proizvode i da je na državnu televiziju računala kao na jedan od svojih instrumenta u izbornoj borbi.

Relativna autonomija TV Studija B od državnih struktura na početku pluralističkog razdoblja omogućila je ovoj televiziji da svoju informativnu produkciju rukovodi drugim kriterijumima, a ne interesima vlasti. Kada je 1996. godine vlast uspela – kontroverznim pravnim postupkom – da poništi privatizaciju Studija B i podvrgne ovu televiziju direktnoj državnoj kontroli, njeni informativni programi više se ni na koji način nisu razlikovali od programa RTS.

Demontaža državnih mehanizama kontrole nad TV produkcijom počela je tek nakon smene Miloševićevog režima oktobra 2000. godine. Međutim, TV izveštavanje tokom kampanje za izbore decembra 2000. godine još uvek je davalo primat političkim nad profesionalnim kriterijumima. To je pokazalo da je izveštavanje u interesu građana a ne vlasti zahtevalo mnogo složenije promene medijskog sistema i institucionalne garancije slobode medija od državne kontrole nego što je to bila jednostavna smena upravljačkog kadra državne televizije. Ovo iskustvo je pokazalo da je nakon decenije političke represije novinarska profesija bila u dubokoj krizi i da je nužno kritičko preispitivanje i reafirmacija dominantnih profesionalnih i etičkih standarda novinara u Srbiji.

Pogodnosti kulturološkog pristupa u izučavanju uloge medija

Dve teorijske postavke kulturološkog kritičkog pristupa imaju ključni značaj za razumevanje funkcionisanja medija u slučaju Srbije tokom 1990-tih: mediji ne odražavaju već proizvode društveni konsenzus, i da to čine tako što

svojim normalnim funkcionisanjem na poseban način označavaju tj. osmišljavaju događaje, predstavljajući parcijalna viđenja stvarnosti kao univerzalno važeća - kao činjenična, prirodna, samorazumljiva i zdravorazumska.

Burna decenija 1990-tih u Srbiji se sociološki može tumačiti kao traganje post-komunističkog, politički konfliktnog, a zatim ratnog i post-ratnog društva za uspostavljanjem bazičnog društvenog konsenzusa oko pravca razvoja društva. Sa uvođenjem političkog pluralizma, u javnoj sferi u Srbiji, u kojoj je ranije apsolutni monopol imala socijalistička ideologija, omogućeno je takmičenje različitih partijskih ideologija i vrednosti. Saglasnost društva oko postojećih institucionalnih aranžmana, vrednosti i ciljeva razvoja bila je narušena i sledila je decenija oštre političke borbe oko uspostavljanja i učvršćivanja nove osnove za homogenizaciju zajednice. Politička borba je bila dramatična jer se pluralizam od samog početka uspostavio kao antagonistička konfrontacija političkih projekata društvenog razvoja zasnovanih na suprotstavljenim vrednostima i društvenim normama. Izbori su bili periodi kada je borba političkih snaga da većinski konsenzus ostvare ili održe oko svojih projekata uređenja društva bila najvidljivija. Tokom izbornih perioda je prethodno uspostavljeni konsenzus najžešće problematizovan i najjasnije su se definisale vrednosti za formiranje novog bazičnog društvenog konsenzusa ili za čvršću homogenizaciju društva na osnovama starog.

Mediji su bili ako ne centralni, onda sigurno jedan od centralnih društvenih mehanizama preko koga su dominantne političke snage nastojale da mobilišu većinsku javnu podršku za svoja viđenja društva, njegovih ključnih problema i ponuđenih rešenja. Podrška javnosti nije se formirala spontano, kako to tvrdi funkcionalno-pluralistička komunikološka paradigma, već kao posledica intenziviranja delovanja medija koje je bilo usmereno na njeno generisanje. Vladajuća partija je intenzivirala kontrolu nad funkcionisanjem najuticajnijih medija, posebno nad državnom televizijom, i upravo nad redovnim informativnim programom - a ova osnaživala produkciju poruka sa što manjim mogućnostima različitog interpretiranja - kad god je težila da homogenizuje javnost oko svojih vrednosti i definicija društva (vreme "kosovske krize" krajem 1980-tih, početak rata u Hrvatskoj i u BIH 1991-1992. godine, zaokret sa ratne na mirovnu politiku 1993. godine, građanski protesti protiv vlasti 1996-1997. godine) i kad god je konsenzus oko njenog programa bio ugrožen (svi izborni periodi). I opozicione političke snage su pojačavale pritisak i kontrolu nad medijima nad kojima su to mogle i kada su imale priliku, kako bi zadobile veće poverenje javnosti za svoje političke programe i najžešće protestovale protiv nejednake raspodele političke moći u kontroli medija u vreme izbora, kada se otvarala mogućnost formiranja novog većinskog konzensusa.

Intenziviranje političkog uticaja na svakodnevno funkcionisanje medija u specifičnim situacijama ističe se ovde kao ilustracija ponašanja centara moći i ponašanja medija u kriznim i novim situacijama, kada publika još nema čvrsta opredeljenja i kada postoji mogućnost da se opšti interes poveže ili izjednači sa

više različitih, parcijalinih političkih interesa, tj. kada "redovan" medijski rad legitimizuje definicije situacija ili rešenja i izvan interpretativnog okvira političkih grupa koji ostvaruju kontrolu nad medijem. Tada se delovanje medija usmerava u pravcu proizvođenja takvih sadržaja koji će ponuditi argumentaciju za izjednačavanje samo jednog interesa sa opštim i za definisanje tog opšteg (na primer kao državnog ili nacionalnog) u skladu sa centralnim vrednostima dominantne političke strukture. Ove ilustracije pokazuju da je silovitost političke kontrole nad državnom televizijom bila veoma česta jer je većinski konsenzus oko političkog projekta vladajuće partije/koalicije često bio ugrožen. U situacijama relativne stabilnosti, pritisak na državnu televiziju se smanjivao jer su redovni mehanizmi kontrole odstranjivali opasnost od ugrožavanja većinskog konsenzusa. Međutim, pojačana kontrola nad državnom televizijom prestala je da bude delotvorna kada većinski deo javnosti više nije prepoznavao svoje interese u onome što je RTS sve grozničavije nudila kao javni interes, odnosno kao svima razumljivu i smislenu sliku sveta.

U istraživanju medijske prezentacije izbore jasno su uočava aplikativnost kulturološkog pristupa koji predlaže da se medijski govor istražuje kao koherentan "tekst" koji sadrži ideološku matricu, odnosno kao slika stvarnosti koja se oslanja na činjenice, ali u kojoj su činjenice tako izabrane, postavljene u međusobni odnos i tako smeštene u logičnu, narativnu formu da se samo jedno razumevanje smisla ovih činjenica nudi kao koherentno, dok su druga moguća tumačenja zanemarena ili onemogućena. Ovaj pristup izuzetno je pogodan za istraživanje prezentacije izbora u redovnim informativnim TV programima.

Redovni informativni programi mogu se istraživati sa stanovišta informativne vrednosti koje imaju za birače. U njima se može ustanoviti koliku medijsku pažnju su dobili pojedini izborni učesnici (broj priloga u kojima se o njima govori, trajanje ovih priloga), koliko puta i koliko dugo je izbornim kandidatima omogućeno da se direktno čuju i vide nasuprot novinarskoj interpretaciji njihovih izbornih poruka, o kojima programskim prioritetima izbornih rivala su gledaoci najčešće ili najređe upoznati, itd. Ovakva vrsta istraživanja može da ukaže na nejednak tretman izbornih učesnika u pogledu dostupnosti informacija i kvaliteta informacija o njima kao na centralnu strategiju medijskog uticaja na oblikovanje izbornih preferencija. Izborna regulativa koja obavezuje medije na ravnopravan tretman izbornih učesnika upravo teži da spreči ovakav uticaj medija. TV stanice u Srbiji nisu poštovale standard ranopravnog tretmana izbornih učesnika i time svakako jesu uticale na jedan deo biračkog tela da poverenje ukaže izbornim učesnicima koji su favorizovani u medijima iz kojih se oni najčešće informišu i kojima najviše veruju. Međutim, ovakva vrsta analize ne može da objasni kolebanja u poverenju birača prema određenim izbornim učesnicima samo na osnovu količine i kvaliteta informacija kojima su oni raspolagali, pogotovo u toku čitave jedne decenije.

Kulturološki pristup upućuje da se uticaj medija na biračke percepcije izborne ponude istražuje ne na osnovu njihovog poznavanja izbornih učesnika, već na osnovu njihovog razumevanja šta se u društvu zbiva, kakav je značaj izbora kao specifičnog političkog događaja u ovim zbivanjima, i kako se poruke izbornih konkurenata u svesti birača odnose prema subjektivno shvaćenim društvenim potrebama i ličnim interesima. Upravo ova razumevanja birači formiraju na osnovu informacija koje dobijaju iz medija, kako o izborima, njihovim učesnicima, tako i o svakodnevnim drugim događajima u zemlji i svetu.

Tokom izbornih perioda televizije u Srbiji su stimulisale gledaoce da formiraju različita razumevanja realnosti. One su od istih "sirovina" – istih događaja u koje su imali uvid, istih činjenica kojima su imali pristup - stvarale različite slike stvarnosti u kojima su se političke poruke izbornih učesnika različito čitale, odnosno imale manje ili više smisla. RTS i TV Studio B su tokom svakog izbornog ciklusa publici nudili informacije koje su na suprotstavljene načine gledaocima predstavljali oko čega se vodi politička utakmica i u kakvim okolnostima – kakav je značaj izbora, šta se događa u Srbiji i u svetu, koja je tematska okosnica kampanje glavnih izbornih rivala, koliko su one u mogućnosti da odgovore na aktuelne probleme društva.

Iako su proizvodile različite verzije realnosti, koje su nudile različito razumevanje događaja, obe televizije su pretendovale da publici pružaju činjeničnu, nefalsifikovanu "istinu". Kako objašnjava kritička komunikološka paradigma, ovo je moguće jer svaka medijska slika zbivanja, i kada je zasnovana isključivo na nefalsifikovanim činjenicama, uvek nudi jednu od mogućih interpretacija sveta, odnosno "preferirano značenje" događaja, budući da je njegova proizvodnja sadržana u tehnologiji novinarskog rada.

Proizvođenje TV vesti, izveštaja ili reportaža neizbežno uključuje selekciju događaja i činjenica, prioretizovanje nekih tema a marginalizovanje drugih, izbor glavnih aktera događaja i subjekata kojima se daje prilika da predstave svoje viđenje stvarnosti i rešenje spornih pitanja, uobličavanje priče u odgovarajuće žanrovske forme, izbor jezika i imenovanja teme i aktera. Za gledaoce ove medijske operacije nisu toliko vidljive da bi ugrozile kredibilitet novinarskih konstrukata kao "realne slike stvarnosti". Upravo zahvaljujući njima, ukupnim izveštavanjem o aktuelnim događajima je RTS bila u stanju da 1990. godine izbore predstavi kao potvrdu demokratskog karaktera SPS, da 1992. godine vanredne i iznuđene izbore predstavi kao normalne, da 1993. godine prevremene izbore predstavi kao spašavanje demokratije, a izbore 1997. godine kao izraz stabililnosti vlasti. Koristeći iste mehanizme sadržane u novinarskim profesionalnim rutinama, Studio B je izbore 1992. godine predstavio kao izbore sporne legitimnosti, izbore 1993. godine kao spašavanje od propasti društva, a izbore 1997. godine kao sazrelu mogućnost za konačnu promenu vlasti.

Za gledaoce RTS ili za gledaoce Studija B bilo je moguće da jednu od ovih suprotstavljenih interpretacija prihvate kao prirodnu i zdravorazumsku

zahvaljujući prethodnom primanju kao prirodnih i zdravorazumskih čitavog niza TV vesti u kojima su pojedinačni događaji osmišljavani na određeni način, odnosno u kojima su im u formi "neutralnih" i "objektivnih" prikaza pojedinačnih događaja nuđena "preferirana značenja" činjenica.

Slika izbora i događaja oko njih na državnoj televiziji RTS uvek je nosila čitanja realnosti čiji se interpretativni okvir poklapao sa interpretacijama izbora i sveta koja je formulisala partija na vlasti (konfederalna Jugoslavija se želi iz etničkih a ne političkih razloga, najmoćniji svetski akteri mrze srpski narod, sankcije su izazov a ne problem sa razvoj privrede u Srbiji, vreme je za mir jer su Srbi u Hrvatskoj i BIH ostvarili svoje ciljeve u oslobodilačkom ratu, Srbija je na pragu novog ciklusa razvoja jer su mudrošću vođa ukinute sankcije, itd). Verzije realnosti na Studiju B nosile su drugačija poželjna čitanja (probleme između članica Jugoslavije izaziva nedemokratska, komunistička vlast, sankcije uništavaju privredu i za njihovo uvođenje je odgovorna vlast, pravi mir se može ostvariti samo na novom kursu, u Srbiji se nastavlja porpadanje jer vlast nema program za transformaciju društva, itd), koja su se poklapala sa viđenjima društva i društvenih interesa u političkim krugovima opozicije.

U učenju publike da konstruisane slike stvarnosti prihvati kao univerzalne, prirodne tj. ideološki neutralne – a publika je to mogla ukoliko je u njima mogla da prepozna svoje interese ili interese većine društva – analizirani mediji su obavljali ideološku funkciju. Oni su kod birača stvarali razumevanje da je njihova politička preferencija, koja je stimulisana medijskim sadržajima, slobodan, normalan i racionalni odgovor na postojeću realnost. Ideologija dominantnih političkih grupa u Srbiji tokom 1990-tih je tako postala deo svakodnevne, zdravorazumske svesti određenih TV publika koju su oni svojim glasovima iskazivali na biračkim mestima u ponavljanim izbornim ciklusima.

Medijske slike sveta koje su tokom decenije proizvođene u analiziranim televizijama nisu uvek bile namerna i svesna manipulacija koju su proizvodili TV novinari (čak ako su poneki pojedinačni TV prilozi to i bili), i čak iako je potvrđeno da se rad medija odvijao pod snažnim politikim pritiskom i kontrolom. Svakodnevni rad novinara je rezultat određenog profesionalnog znanja, odnosno važećih profesionalnih standarda među novinarima analiziranih televizija. Ovi standardi su se tokom decenije menjali, kao što se menjalo novinarsko shvatanje uloge medija u društvu. I profesionalno novinarsko znanje, kao i zdravorazumsko znanje, kojima se novinari rukovode u radu se sastoji od znanja koja su se razvila kao rezultat određenog istorijskog iskustva, kulturnih vrednosti i normi. U profesionalnoj ideologiji novinara državne televizije tokom 1990-tih mogli bi se identifikovati neki elementi njihove vrednosno strukturirane slike sveta: politika je najvažnija sfera društvenog života koja bitno određuje sve druge, država štiti opštedruštvene interese, progres se zasniva na zadovoljenju kolektivnih a ne individualnih interesa, vlast i opozicija su nužno suprotstavljene, državna televizija dužna je da pre svega informiše o aktivnostima vlasti, kao i neki koji imaju

poseban politički značaj – srpski narod je u svojoj istoriji vodio samo oslobodilačke ratove, Zapad želi što slabiju Srbiju na Balkanu, domaći akteri koje pomaže Zapad ne mogu imati patriotske namere, itd, ali to nije bio cilj ovog rada. Oni su ovde navedeni samo kao ilustracija teze da su profesionalna znanja novinara "istorijski proizvod istorijski specifičnog društvenog aranžmana" (Tuchman, 1973) i da su ona ugrađena u novinarske rutine i profesionalne standarde. Zaključak o potrebi preispitivanja profesionalnih standarda izveštavanja novinarstva u Srbiji upravo se odnosi na reafirmisanje univerzalnih profesionalnih standarda koji su prihvaćeni u modernim demokratijama u odnosu na neke specifične koji su se razvili u Srbiji tokom perioda tranzicije ka pluralističkom društvu.

U izbornoj slici RTS, opozicija postoji kao snaga koja deluje suprotno interesima države i naroda, podriva napore partije na vlasti na zaštiti javnog dobra ili nepotrebno komplikuje politički život. Državna televizija nikada nije tretirala opoziciju kao legitimnog političkog oponenta i političkog partnera u javnom dijalogu. Pokušaji opozicije da se biračima predstavi kao nosilac koncepta alternativne organizacije društva u odnosu na vladajuću partiju surovo su ograničavani, omalovažavani ili predstavljani kao subverzivni. Ponavljano negativno vrednovanje opozicije bilo je usmereno na deligitimizaciju opozicionih rivala kao nosilaca relevantne alternativne političke opcije u svesti birača. Diskvalifikacijom opozicije kao “nepatriotske”, “izdajničke“, “nesposobne”, “nepotrebne” ili “pohlepne na vlast” udaljavalo je publiku od prihvatanja opozicije kao jednog od dva “plućna krila političkog organizma” (Pečujlić i dr., 1992, 85), neophodnog za njegovo normalno funkcionisanje.

Zakonsko regulisanje medija nije bilo prilagođeno potrebama društva sa rastućom političkom pluralizacijom. Ono je obezbeđivalo državnu kontrolu nad svim “ključnim tačkama u sklopu medjskog sistema: prirodnim resursima, vlasništvom i finansijama, (medijskim) personalom i sadržajem” (Baćević, 1994, 97).

ZAKLJUCAK

Iako neki istraživači (McQuail, 1992) tvrde da bi naučno objašnjenje medijskog uticaja na birače moralo da obuhvati nekoliko različitih istraživanja - analizu izbornih programa partija, javno-mnenjska istraživanja o partijskim naklonostima birača pre i posle izloženosti medijskom uticaju, analizu sadržaja medija, istraživanje upotrebe medija tokom kampanje, kvantitativno-kvalitativna analiza TV sadržaja može da identifikuje ključne televizijske strategije uticaja na birače koje su od pomoći u objašnjenju rezultata izbora tokom 1990-tih u Srbiji. Ipak, ono što se čini neophodnim kako bi ova vrsta istraživanja dobila na verodostojnosti, jeste kombinovanje ovakvog istraživanja sa istraživanjem recepcije medijskih sadržaja. U samom kulturološkom pristupu ističe se da publika

na različite načine prima iste medijske poruke, i da ne mora uvek da usvoji predložena "preferirana čitanja". Stoga bi radi potpunog naučnog objašnjenja izbornih rezultata u Srbiji bilo poželjno kombinovati kvantitativno-kvalitativnu analizu sadržaja sa istraživanjem publike koje bi utvrdilo kako publika razume medijske sadržaje i koje od korišćenih medijskih operacija imaju najviše uticaja na formiranje biračkih opredeljenja kod glasača.

Literatura

1. Baćević, Ljiljana (1994) "Mediji i izbori", *Gledišta,* No. 1-6.
2. Blumler, Jay (ur.) (1983) *Communicating to Voters, Television in the First European Parliamentary Elections*, London: Sage.
2. Curran, James; Gurevitch, Michael; Woollacott, Janet (ur.) (1979) *Mass Communication and Society*, Beverly Hills: Sage.
3. Fiske, John (1987) *Television Culture*, London: Routledge.
4. Goati, Vladimir (2001) *Izbori u SRJ od 1990. do 1998: Volja građana ili izborna manipulacija,* (drugo dopunjeno izdanje) Beograd: Centar za slobodne izbore i demokratiju.
5. Gitlin, Todd (1980) *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*, Berkley: University of California Press.
6. Gurevitch, Michael; Bennett, Tony, Curran, James i Woollacott, Janet (ur.) (1982) *Culture, Society and the Media*, London: Methuen.
7. Hall, Stuart (1979) "Culture, Media and the "'Ideological Effect'", Curran, James; Gurevitch, Michael; Woollacott, Janet (ur.) *Mass Communicaton and Society*, Beverly Hills: Sage.
8. Hall, Stuart (1981) "Encoding/Decoding in Television Discourse", Hall, Stuart; Hobson, Dorothy; Lowe, Andrew; Willis, Paul (ur.) *Culture, Media, Language,* London: Hutchinson.
9. Hall, Stuart (1982) "The Rediscovery of 'Ideology': the Return of the Repressed in Media Studies", Gurevitch, Michael; Bennett, Tony; Curran, James; Woollacott, Janet (ur.) *Culture, Society and the Media*, London: Methuen.
10. Hartley, John (1982) *Understanding News*, London: Methuen.
11. Matić, Jovanka (1997) "TV prezentacija političkih partija", Goati, Vladimir (ur.) *Partijski mozaik Srbije 1990-1996*, Beograd: Beogradski krug, AKAPIT.
12. Matić, Jovanka (1999) "Radio Beograd: 'Državni interes nema opoziciju'", Nedović, Slobodanka (ur.) *Odsutne partije: Slika političkog života Srbije u državnim medijima, mart-oktobar 1998*, Beograd: Centar za slobodne izbore i demokratiju.

13. Matić, Jovanka (2002) "Mediji i promena političkog režima", Goati, Vladimir (ur.) *Partijska scena Srbije posle 5. oktobra 2000*., Beograd: Institut društvenih nauka, Friedrich Ebert Stiftung.

14. Matić, Jovanka (2007) *Televizija protiv birača*, Beograd: Dobar naslov.

15. McQuail, Denis (1992) *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, London: Sage.

16. Milivojević, Snježana (1994) "Election TV Images: Coverage of Political Parties Running in the '92 and '93 Elections in Serbia", saopštenje na konferenciji *Turbulent Europe: Conflict, Identity and Culture,* EFTSC, London.

17. Milivojević, Snježana (2001) "Javnost i ideološki efekti medija", *Reč,* No. 64.10, Beograd: Samizdat B92.

18. Milivojević, Snježana; Matić, Jovanka (1993) *Ekranizacija izbora,* Beograd: Vreme knjige.

19. Pečujlić, Miroslav; Milić, Vladimir; Goati, Vladimir; Branković, Srbobran; Kovačević, Miladin (1992) *Rađanje javnog mnenja i političkih stranaka*, Beograd: Institut za političke studije; Medijum, Pravni fakultet.

20. Popov, Nebojša (ur.) (1996) *Srpska strana rata*: *Trauma i katarza u istorijskom pamćenju*, Beograd: Republika

21. Schlesinger, Philip (1991) "Media, the Political Order and National Identity", *Media, Culture and Society*, Vol 13, No. 3.

22. Silverstone, Roger (1994) *Television and Everyday Life*, London: Routledge

23. Slavujević, Zoran (1994) "Izborna kampanja 93: Strategija 'otrežnjenja' nasuprot strategiji 'zavođenja'", *Sociološki pregled*, No. 1.

24. Slavujević, Zoran (1999) *Politički marketing*, Beograd: Fakultet političkih nauka.

25. Tuchman, Gaye (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*, New York: Free Press.

355.45.001.73

Асс. д-р **Оливер АНДОНОВ**

ЧОВЕКОВАТА БЕЗБЕДНОСТ ВО НОВИОТ КОНЦЕПТ НА БЕЗБЕДНОСТА И МИРОТ

Апстракт

Човековата безбедност е поим кој означува различно дефинирање на безбедносниот концепт и поместување на традиционалното разбирање на безбедноста, кон спознавање на новите безбедносни предизвици, ризици и закани. Таа се однесува пред се на овозможувањето на опстанок и преживување на населението (поединецот), и зачувување на нивниот нормален живот. Поединецот како носител на суверенитетот кој го отстапил на државата, очекува државата да му овозможи нормален живот, без страв за својот опстанок, не само како основна животна вредност, туку и економски, социјален ,културен, еколошки и друг општествен живот. За да ја оствари таа цел државата мора да обезбеди прифатлив безбедносен концепт кој ќе овозможи мир и стабилност за остварување на одржлив развој. Со таква цел, државата во рамките на меѓународната политика како субјект и актер учествува во развојот на меѓународната и регионалната безбедност. Основата на човековата безбедност е владеењето на правото и стабилна политичка состојба, економска благосостојба преку допир до ресурсите, зачувување на еколошката средина и развој на општеството и човековите права.

***Клучни зборови**: безбедност, човекова безбедност, безбедносен концепт, мир, конфликти, регионална стабилност, ризици и закани.*

Вовед

Човековата безбедност претставува релативно нов термин во поимањето на безбедноста. Ќе кажеме релативно нов, бидејќи во сите периоди на безбедносните студии и секако поставувањето на безбедноста во теоријата и практиката, човековата безбедност во различни облици била присутна. Тоа што во современата безбедносна парадигма, човековата безбедност е подигната на високо место, е всушност резултат на новите предизвици и закани по безбедноста. Тие закани и ризици, пред се, се насочени кон загрозувањето на безбедноста на поединецот и тоа низ нови облици на загрозување. Оваа спознавање на новите безбедносни предизвици и во теоријата и во практиката предизвика поместувања во толкувањето на

современите безбедносни концепти и завзема нов дискурс во целите и референтните објекти на безбедност. Кон овие промени несомнено придонесоа и студиите за меѓународните односи и меѓународната безбедност, и секако, практичните промени во меѓународните односи. Тие односи ја поместија безбедноста од полето на воената безбедност кон човековата безбедност, не издвојувајќи ја од глобалните движења. Воедно појавата на мировните студии и дефинирањето на мирот (позитивен и негативен) како неопходност за развој на безбедноста и воопшто развојот на државите, доведе до спознавање дека единствено заштитата на човековата безбедност и човековиот развој може да придонесе до изградба на севкупна безбедност во општеството. Поместувајќи го референтниот објект на безбедност од традиционалната државна безбедност кон човековата безбедност, се започна со воспоставување на новиот концепт на безбедност, познат во науката како демократска безбедност.

Овој нов концепт бара активно учество во детерминирањето на заканите и ризиците од страна на граѓаните и дефинирање на чувството на безбедност кај нив. Пристапот кон демократската безбедност, всушност и го определи новиот безбедносен концепт, во кој човековата безбедност го завзема своето значајно место, директно влијаејќи на мирот и безбедноста. Безбедноста во рамките на човековата безбедност и поврзаноста со неа се однесува на повеќе нивоа. Најпрво тоа е нивото на внатрешната или националната безбедност, а потоа е нивото на развојот на регионалната стабилност и на крајот нивото на глобалната стабилност. Кон развојот на стабилноста во контекстот на човековата безбедност директно влијаат прашањата поврзани со личната и јавната безбедност и нивото на остварувањето на човековите права. Покрај овие две егзистенцијални прашања за почеток на човековата безбедност, влијаат и многу други значајни фактори, како што се економските, социјалните, образовните, културните, религиските, етничките и други. Ќе се обидеме накратко да го разгледаме местото на човековата безбедност во новиот безбедносен концепт и секако новите предизвици, ризици и закани кои стојат пред човековата безбедност, имплицирајќи пошироки аспекти на загрозувањето на безбедноста, мирот и стабилноста.

1. ДЕФИНИРАЊЕ НА ПОИМИТЕ

Доколку сакаме да навлеземе во теориското определување на поимите безбедност и мир, треба најпрвин да ја определиме концептуалната рамка. Соочувајќи се со различните концепти на безбедност и мир и нивно дефинирање, накратко ќе изнесеме неколку од нив и во тој контекст ќе ги дефинираме овие поими.

1.1.Безбедност

Поимот безбедност како најпознат и секојдневно користен поим, ќе го поставиме во однос на неговиот историски развој и толкување.

Во класична смисла и толкување, поимот безбедност потекнува од латинскиот збор *securitas* кои се однесува на состојба на спокојност, смиреност, безбгрижност или според спознанието на Цицерон како отсуство на напнатост и анксиозност, што е всушност предуслов за нормален и исполнет живот. Многу подоцна во времето на реализмот, Томас Хобс го дефинира позиционирањето на државата кон поединецот, преку нејзината обврска за заштита на неговата безбедност. Во тој контекст Хобс државата ја смета за единствен гарант на слободата на поединецот и поради тоа безбедноста ја поврзува со слободата[1].

Традиционално дефинираната безбедност се залага за воспоставување на воена рамнотежа во светот и во меѓународните односи, но истата не вродува со плод и покрај повеќето стратешки пристапи на Западните сојузници во минатото и тоа преку *масовната одмазда и реалистичниот одговор*, пред сé засновани на располагањето со нуклеарното оружје и големи конвенционални сили.

Современите дефинирања на безбедноста, главно се движат во насока на дефинирањето на етимологијата на поимот. Оксфордскиот англиски речник ја дефинира безбедноста главно како услов за постоење на заштита од/или неоткриени опасности, безбедност и слобода од загриженост или страв за чувството за безбедност или отсуство на опасност [2]. Бузан безбедноста ја дели на *социетална безбедност* (општествена безбедност, односно безбедност на етницитетите во општеството) или безбедност како заштита на нацијата, или уште безбедност во функција на полицијата и *меѓународна безбедност* со сопствено значење во по екстремно опкружување[3]. Сите теории на безбедноста и нејзиното дефинирање во основа ја имаат сигурноста како отсуство на загрозување по личниот опстанок на поединецот и овозможување на делување во рамките на општетсвото без закани и опасности. Всушност, она на што се концентрира безбедноста е заштитата од пројавени или скриени ризици и опасности и делување во определени услови за отстранување или превенирање на овие ризици и закани. Во тој контекст, новите безбедносни теории и во нивни рамки анлизата на безбедносните предизвици и потреби ја определуваат безбедноста врз основа на определувањето на референтниот објект на

[1] Thomas Hobbes, ***„The Leviathan”***, ed C.B. Mac Pherson, Penguin Books, London, 1985

[2] Monica Gariup, ***“European Security Culture: Language, Theory, Policy”***, Ashgate Publishing Company, Burlington, USA, 2009

[3] Barry Buzan, Ole Waever, Jaap de Wilde, ***“Security: a new framework for analysis”***, Lynne Rienner Publishers, Inc., Colorado-USA, 1998

безбедност и неговата успешна егзистенција. Тука треба да се констатира дека, ниту во теоријата ниту во практиката, не постои универзално безбедносно делување и основен стандард по прашањето на определувањето на референтниот објект и неговата егзистенција. Значи, неможе да се даде општа дефиниција на безбедноста, но затоа може да сублимирам една дефиниција според која безбедноста како поим би ја определила на следниот начин: *отсуството на чувство на загрозеност и страв кај поединецот за својот опстанок и функционалност и успешното справување со појавените или претстојни ризици и закани по животот и материјалните добра на граѓаните и општеството практикувано од државата со помош на нејзините ресурси, се нарекува базбедност*. Во оваа дефиниција се обидовме да ги сублимираме и личната и колективната и државната или националната безбедност, но сврзани со ризиците и заканите кои дефинитивно влијаат врз загрозувањето на безбедноста.

1.2.Концепт на безбедност

Дефинирајќи го концептот на безбедност во современи услови, неможеме да го одвоиме од мирот, конфликтите, развојот и стабилноста, што претставува спој во меѓузависноста на националната безбедност и меѓународните односи. Таа меѓузависност е фундаментална во однос на зачувувањето на меѓународната безбедност на регионално или глобално ниво. Концептот на безбедност многу често предизвикува дилеми и контрадикторности особено во однос на референтните објекти на заштита и инструментите за одржување на безбедноста. Тоа е случај како кај националната безбедност така и кај меѓународната безбедност, а влијае врз поимањето на мирот, развојот и стабилноста. Така, основниот концепт на воена безбедност е насочен кон заштитата на државата од воен напад и нејзина одбрана, референтниот објект на заштита е државата, при што основен инструмент претставуваат вооружените сили. Во вака традиционално поставениот концепт, истите тие вооружени сили претставуваат и закана по мирот, особено кон други држави, а тоа влијае врз меѓународната безбедност. Безбедносните концепти ги дефинираат и актерите, кои може да продуцираат безбедност или загрозување (нестабилност). Ова е посебно карактеристично во рамките на меѓународната безбедност, каде што државите се безбедносни актери кои од најразлични причини претставуваат фактори на безбедноста или пак нестабилноста. Во рамките на концептот на меѓународната безбедност, воената безбедност има клучна улога во формирањето на концептот за безбедност и неговото разбирање како традиционален безбедносен концепт. Тој концепт како свој референтен објект ја има државата и од тука произлегуваат традиционалните безбедносни студии.

1.2.1.Традиционални безбедносни студии

Овие студии се резултат на безбедносната слика создадена по Втората Светска војна и во неа доминираат воените аспекти и проблеми.

Државата го претставува централниот објект на безбедност и преку него се разбира динамиката во сферата на безбедноста кој се однесува на:

- дефинирање на заканите,
- утврдување на причините на заканите и
- утврдување на начинот за нивно намалување[4].

Безбедноста е перципирана од аголот дека загрозувањата се однесуваат на војната, а воената безбедност се поистоветува со безбедноста воопшто. Притоа, безбедноста на човекот во потполност е запоставена. Отсуството на војна од аспект на мировните теории претставува негативен мир и не гарантира безбедност и стабилност на општеството.

1.2.2.Меѓународни безбедносни студии

Како резултат на дилемите во традиционалните и стратегиските студии, во развојот на безбедносните студии се појавија меѓународните безбедносни студии. Како резултат на неможноста низ призмата на традиционалните и стратегиските безбедносни студии да се проценат сите аспекти на загрозувањето на безбедноста со кои се соочува неѓународната заедница, појавата на овие безбедносни студии наметнува и проширување на безбедносниот концепт. Сепак државата и понатаму е примарниот објект на безбедност, иако концептот се прошири во невоените области на општеството како што се:

- економската безбедност,
- еколошката безбедност,
- социјалната безбедност,
- сиромаштијата,
- нееднаквоста и други.

Проширувајќи го концептот на безбедност, меѓународните безбедносни студии покрај државата, мораат да вклучат и други безбедносни субјекти како што се личната безбедност и човековите права. Со тоа човековата безбедност преку меѓународните безбедносни студии и мировните истражувања во тој контекст, навлезе во концептот на безбедност, проширувајќи го во други, пред се невоени димензии на безбедноста.

[4] Лидија Георгиева, ***„Менаџирање на ризици”***, Фолозофски факултет, Скопје, 2006

1.2.3.Современи безбедносни студии

Современите безбедносни студии се резултат на појавувањето на новите ризици и закани врз безбедноста, со што безбедноста доби поинаква димензија. Основниот заклучок е дека безбедноста претставува историски променлива состојба, зависна од динамиките на историските текови врз меѓународната политика. Таа е зависна од меѓународната политика и не претставува само отсуство на страв и закана, туку и потреба за проучување на ризиците и заканите. Во современиот концепт на безбедноста заканите и ризиците доаѓаат на врвната позиција и тоа во однос на нивното проучување, проценка и дефинирање како јасна опасност или изразена намера за повреда. Токму затоа се промовира и проширувањето на безбедносниот концепт. Тоа проширување не се однесува исклучиво на разбирањето на безбедноста преку воената димензија, туку преку додавање на безбедносниот концепт на останатите димензии. Современите меѓународни безбедносни студии во безбедносниот концепт базиран врз продлабочени безбедносни анализи вклучуваат безбедносни сектори [5], а како такви се:

- воениот сектор,
- политичкиот сектор,
- економскиот сектор,
- социеталниот сектор и
- еколошкиот сектор.

Овие сектори се во меѓусебна интеракција и во секој од нив е застапена човековата безбедност. Проширувањето на безбедносниот концепт е насочен кон дефинирањето на заканите и ризиците за секој од секторите и нивната меѓузависност. Како краен продукт на современиот безбедносен концепт се нивоата на анализа во рамките на кој индивидуата е крајната дистанца на која се однесуваат безбедносните анализи. Во тој контекст, човековата безбедност го доби своето пиедестално место во рамките на националната и меѓународната безбедност. Едноставно се тргнува од личната безбедност на поединецот за да може да заврши преку националната безбедност до меѓународната безбедност. Човекот-индивидуата во современиот безбедносен концепт стана референтниот објект на заштита.

[5] Според Копенхашката школа, безбедноста се однесува на опстанокот, егзистенцијата на објектот, а проширувањето на безбедносниот концепт се продлабочува со безбедносната анализа на повеќе нивоа и тоа низ: секуритизацијата, безбедносните сектори и регионалните безбедносни комплекси. Пошироко за ова кај Л.Георгиева, ***„Менаџирање на ризици”***, Фолозофски факултет, Скопје, 2006.

1.3.Мирот и стабилноста

Мировните студии во науката и праксата се поврзани со проучување на мирот, развојот, конфликтите и стабилноста. Концептот за мир е составен дел во современиот концепт на безбедност, осебоно во однос на човеоквата безбедност и е во директна кореалција со безбедноста. Мирот и развојт се поврзани со појавата на конфликтите и нивното разрешување. Конфликтите се постојано присутна општествена појава, која не е можно да се избегне, туку е неопходно да развиеме способности и вештини за нивно разрешување по мирен-ненасилен пат. Во тој контекст мирот претставува единствена цел од општ интерес на општеството и меѓународната заедница. Традиционалното поимање на мирот се занимава со разбирањето на причините за војната како основна закана за светскиот мир и меѓуранодната безбедност, како и средствата за решавање на конфликтите заради одржување на рамнотежа во меѓународната безбедност. Како основни средства за остварување на оваа цел традиционалниот пристап кон мирот ги применувал трката во вооружувањето, контролата на вооружувањето и разоружувањето, а се со цел да се намалат способностите на државите за меѓусебно уништување и агресија. Во овој период доминира опасноста од агресијата и војна како основен ризик и закана по мирот и безбедноста. Поради тоа мирот се дифенира како: *Отсуство на насилство кое што произлегува од војната и агресијата, како и од конфликтите од повисок интензитет, во рамките на меѓународните ондоси*. Современото поимање на мирот не ја отфрла војната и вооруженото насилство како причинители за нарушување на меѓународниот мир и безбедност, туку ги разгледува како нов предизвик, закани и ризик по безбедноста и прашањата за:

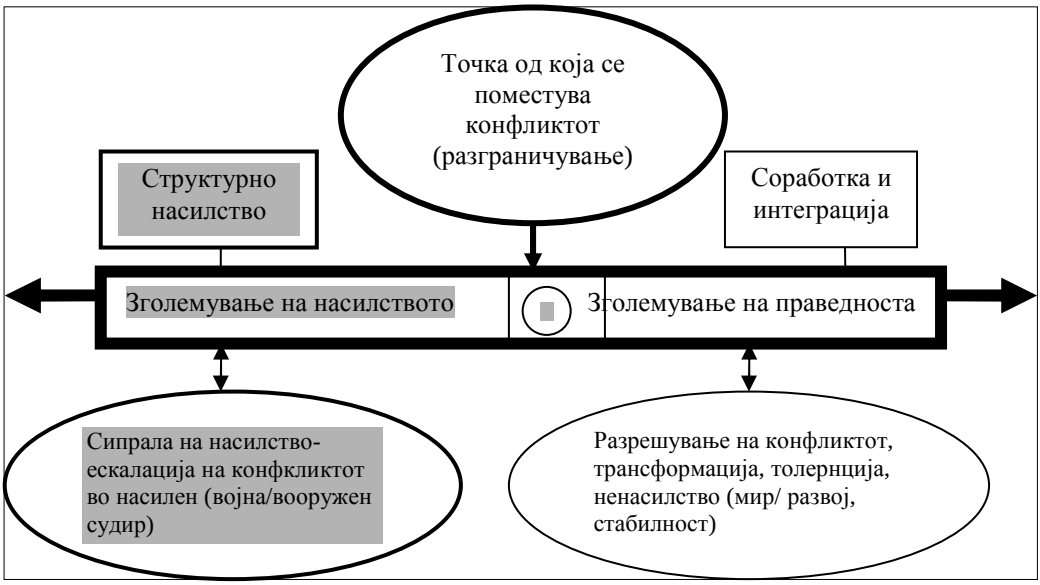
- идентитетот и национализмот,
- прашањата за почитување на човековите права и
- почитување на човековите права на различни нивоа.

Со ова мирот еволуира и влијае врз проширување на безбедносниот концепт во насока на заштитата на човековата безбедност, како референтен објект на безбедноста претставувајќи ги пред безбедноста новите ризици и закани. Современото толкување на мирот разликува два аспекти, а кои произлегуваат од проширувањето на концептот на мирот кон поширока општествена димензија. Така мирот може да биде: **Негативен мир, кој претставува состојба во која нема употреба на директно физичко насилство; и Позитивен мир, кој претставува состојба во која што се остварува интеграција, развој и просперитет и која подразбира дека употребата на наислството како средство за разрешување на конфликтите е исклучено**[6]. Дефинирајќи ги негативниот и позитивниот

[6] Лидија Георгиева, ***„Творење на мирот-мирот, безбедноста и конфликтите по***

мир, може да разликуваме различни форми и степени на насилство, директно и индиректно, што всушност и го определува мирот како позитивен и негативен. Еден од облиците на насилство кое предизвикува развој на спиралата на насилно однесување е структурното насилство, кое се опишува како последица од структурните нееднаквости во општеството. Прикажано како шема развојот на конфликтот и границата помеѓу мирот и насилството би изгледале вака:

Шема 1: **Разграничувањето и развојот на мирот и насилството**



Токму поради вака дефинираниот мир, низ призмата на новите ризици и закани во кои влегува и човековата безбедност, концептот на безбедност ја прифаќа и поделбата на позитивна и негативна безбедност. При што негативната безбедност се ограничува исклучиво на одвраќањето од агресија и способноста на државата како меѓународно-правен субјект да се одбрани, а позитвната безбедност цели кон повисоки аспекти на справување со ризиците и заканите во општеството и на меѓународната сцена.

студената војна”, Филозофски факултет, Скопје, 2007. Овој концепт на позитивен и негативен мир се среќава и кај Галтунг, но кој покрај структурното насилство го вклучува и културното насилство, во контекстот на загрозувањето на мирот и човековата-индивидуалната безбедност. Повеќе за ова види во: J.Galtung, ***„Peace by Peaceful Means, Peace and Conflict, Development and civilization”***, Sage, London, 1996

Дефинирајќи ги мирот и безбедноста како позитивни или негативни го прошируваме безбдносниот концепт и ја определуваме улогата и позицијата на безбедносната политика на државата. Тоа и влијае врз проширениот безбедносен концепт во насока на развојот на човековата безбедност како негов дел.

2. ЧОВЕКОВА БЕЗБЕДНОСТ

Приодот кон човековата безбедност има повеќе аспекти, кои влијаат врз нивното разбирање, а тоа влијае врз нивната позиција во концептот на безбедност.

Прв приод: гледиште кое се заснова врз **фундаменталните индивидуални права на човекот**, а се однесуваат на правото на живот, слобода и среќа, односно природните права и владеење на правото. Меѓународната заедница овие права има обврска да ги штити и промовира[7]. Тука всушност и почиваат основите на безбедноста во рамките на меѓународниот безбедносен концепт кој се однесува на човековата безбедност преку заштитата на основните човекови права и слободи.

Втор приод: кој се однесува на **хуманитарниот аспект на заштитата на човековите права и безбедност**. Овој аспект може да се гледа низ призмата на борбата против гоноцидот и воените злосторства. Од овде произлегуваат хуманитарните интервенции како дел од мировните операции за заштита на бегалците и раселените лица во текот на насилните конфликти[8]. Во овој контекст може да стане збор и за воспоставување на системи за превенција од хуманинрнти кризи и рано предупредување на појавата на хуманитарни кризи, а во насока на засилувањето на човековата безбедност. Агендата за мир на Генералниот Секретар на ООН [9], создаде операционална рамка за создавање на модели за превенција на конфликтите и рано предупредување од нивната појава, а како неопходна потреба во насока на зачувување на човековата безбедност преку одржување на човековите права и промоциј на одржливиот развој на општеството и меѓународната заедница. Како теориски модел во насока на превенцијата на конфликтите и раното предупредување е и теорискиот модел на Тед Роберт Гур, Барбара Харф и

[7] Philip Alston, ***"The United Nations and Human Rights: A Critical Appraisal"***, Oxford University Press, Oxford ,1992

[8] Butros Butros Ghali, ***"An Agenda for Peace-Preventive Diplomaci, Peacemakiang and Peacekeeping",*** United Nations, New York, 1992

[9] Оваа Агенда за мир, се состои од одржлива активност и соработка во справувањето со економските, социјалните, културните и хуманитарните проблеми и промовирањето на мирот страна на институциите на ООН. Во оваа агенда за прв пат е воведен концептот градење на мирот, кој во себе ја вклучи превентивната дипломатија, миротворењето и чувањето на мирот.

Џон Дејвис. Гур и Харф во 1994 година создадоа модел категоризиран за следење на три типа ризици, а тоа се:

- модел на корелација,
- модел на секвенции и
- модел на коњуктурни односи.

Обидувајќи се да извршат прекршување на сите различни методологии потребни за анализа и рано предупредување од конфликти, опфаќајќи ги сите индикатори и варијабли потребни за анализа на конфликтите кои ја загрозуваат човековата безбедност во однос на пристапот на ООН[10].

Трет приод: **претставува поширок аспект на гледање на човековата безбедност**, а во контекст на **проширувањето на безбедносниот концепт** и пристапот кон други немилитарни сектори како што се: еколошкиот, економскиот, социјалниот и други. Во овој приод се бара максимална правда и почитување на човековите права и слободи, но и се пристапува кон сеопфатна анализа на ризиците и заканите врз безбедноста на луѓето.

Вака сфатената човекова безбедност е услов за проширување на безбедносниот концепт и негов развој кон концепт на демократска безбедност. Овој концепт на демократска безебдност е насочен кон почитувањето на човековите права и слободи, а низ превенирањето на конфликтите (внатрешни и меѓународни). Но, и кон овозможувањето на владеењето на правото и демократското владеење во држата. На тој начин државата постанува извор на стабилност во регионот. Од овој аспект, човековата бзбедност влијае врз регионалната стабилност.

2.1.Човековата безбедност и нејзината улога во регионалната стабилност

Во научните кругови се повеќе е застапено мислењето кое насочува кон превенцијата како клучен сегмент во зачувувањето на човековата безбедност. Оваа превенција не се однесува директно на човековата безбедност, иако има непосредно влијание. Таа се однесува на превенирањето на конфликтите преку анализата на ризиците и заканите. Ова особено се однесува на превенцијата од насилни конфликти која може да ја намали човечката загуба, да ја сочува стабилноста и мирот, да ја подобри човековата, регионалната и меѓународната безбедност и на тој начин да обезбеди успешен економски, политички, социјален и друг регионален развој. Фокусирањето на потребите за безбедноста на поединците, почнува да се прифаќа како дел и важна копмонента на националните безбедносни стратегии. Посветувањето на поголемо внимание на човековата безбедност

[10] Peter Brecke, ***"Risk Assessment Models and Early Warning Systems"***, Internationale Politik, Berlin, 2000

во надворешната политика и на пример, планирањето на програми за развој и соработка, неизбежно ги допира тие точки кои се најчесто помеѓу најкритчните основни причини за конфликти, како што се сиромаштијата, лошото владеење или социјалната неправда. Доколку претпоставиме дека одрдени основни човечки безбедносни потреби мора да бидат исполнети за да се оддржи минималниот стандард на стабилност и ред, тогаш можеме да реагираме кога овие потреби се запоставуваат. Според тоа, реагирањето води кон превенција на евентуални конфликти, насилство па и војна[11]. Оваа реагирање, Шнабел го дава низ регионалната соработка, преку развој на заедничките стратегии за надминување сиромаштијата, промоција и примен на доброто владеење и економскта соработка . Европската Унија, во рамките на својата Програма за превенција на конфликти ја промовира регионалната соработка и добрососедската политика, токму насочувајќи ја својата безбедносна политика кон зачувување на човековата безбедност и нејзин развој. Сепак, многу фактори влијаат врз човековата безбедност во регионални рамки. Тука напјрво се билатералните односи на државите, и со тоа нивните интереси за ресурси, доминација, патишта на транспорт и воглавно во современиот свет неопходното обезбедување ресурси за иднината. Сиромаштијата и лошото владеење воглавно во периодот на крајот од 20-от и почетокот на 21-от век, како и продолежените структурни и културни ннасилства, продуцираа ескалација на многу внатрешни конфликтни процеси. Таа ескалација на насилство предизвика регионална нестабилност преку зголемен број на бегалци. Проблемот со бегалците продуцира економска експлоатација и хуманитарни кризи[12]. Вклучување во конфликтните процеси од страна на други држави е следната карактеристика на регионалната нестабилност, особено поради допирните територии и загрозувањето на човековата безбедност и во државите кои не се опфатени од конфликтните процеси на другите држави во регионот. Ќе ги напоменеме само етнополитичките конфликтни процеси како карактеристично интензивни конфликти кои во сите свои фази предизвикуваат загрозување на човековата безбедност. Во сите овие случаи неизбежно доаѓа до отворено кршење на човековите права, што претставува не само национална, туку и меѓународна одговорност. Согледувајќи ги сите претходно наведени поврзаности на човековата безбедност со концептот на безбедност, мирот, конфликтите, регионалната и меѓународната стабилност и ризиците и заканите врз неа, ќе се обидеме на крајот дадеме една деифниција на поимот човекова безбедност како клучен во рамките на овој труд. Во таа смисла, дефиницијата која ја сублимиравме би гласела: **Човековата безбедност**

[11] Албрехт Шнабел, ***„Применета превенција на конфликти: искуства и препораки за идни дејства”***, Партнери во мир и превенција-Регилннна стабилност преку човекова безбедност, Фридрих Еберт-фондација ,Скопје, 2005

[12] R.Cohen, F.M.Deng, ***„Mass displacement caedsd bu conflict and one-sided violence: National and International responses”***, SIRPI yearbook 2009, Solna, Sweden, 2009

претставува дел од севкупниот безбедносен концепт на државата, насочена кон обезбедување на опстанок, сигурност и безбедност на поединецот-човекот и граѓаните во општеството. *Тоа подразбира, елиминирање, намалување или во краен степен ублажување на последиците предизвикани од очекувани или ненадејни закани и ризици, рефлектирани директно врз луѓето или преку состојбите во општеството. Овие ризици и закани преку безбедносниот концепт може се превенираат или врз нив да се делува, а со цел да се отстрани негативното чувство за безбедност кај поединецот и граѓаните. Основната цел на зачувувањето на човековата безбедност е остварување на мирен, достоинствен и осмислен живот на поединецот и општеството.*

Заклучок

Во овој труд ја разгледавме човековата безбедност и нејзината поставеност во однос на барањата на новиот безбедносен концепт и мирот. Утврдивме дека современиот безбедносен концепт, како свој дел ја содржи чековата безбедност. Тоа е резултат на новите безбедносни предизвици, ризиците и заканите кои во современиот свет се мултиплицирани. Како и на потребите за меѓународно и регионално одржување на мирот и стабилноста преку кои не е возможен одржлив развој и зачувување на фундаменталните човекови права.

Концептот на човековата безбедност во рамките на современиот безбедносен концепт, бара мултидисциплинарен безбедносен приод. Од него не може да се отстрани ниту традиционалното загрозување на безбедноста, ниту да се запоставаат современите ризици и закани. Не може да се издвои и мировниот концепт, бидејќи со него е поврзано проучувањето на конфликтите и теоријата на конфликтите кои пак се основата за загрозувење на човековата безбедност.

Од тука и произлезе поврзаноста на човековата безбедност со превнцијата на конфликтите, како насока во зачувувањето на човековата безбедност, мотивирајќи не да ги следиме и проучуваме сите ризици и закани кои може да предизвикаат конфлкитни процеси или пак конфликтните процеси да ги внесат во фаза на ескалација. Тоа не насочува кон зголемено внимание за појавата на факторите кои укажуваат на појавата на конфликти, структурните фактори, акцелераторите и тригерите. Загрозуваењто на човековите права, ќе доведе до појава на структурните фактори, како резултат на структурно насилство, а со тоа и на акцелераторите и на крајот тригерите како логична последица на реакцијата на поединецот и неговото поврзување со групата. Крајна цел ќе биде задоволување на сопствените основни потреби и отстранување на непосредната опасност. Вака, неконтролираните процеси како логична

последица ќе ја загрозат безбедноста на државата и регионот, а со тоа ќе влијаат и врз меѓународните односи и безбедност.

Abstract

The term human security implies a different definition of the security concept and a modification of the traditional perception of security, so as to respond to the new security challenges, risks and threats. Above all, it refers to the enabling of the survival of people (individuals) and the maintenance of their normal life. The individuals, who have given up their sovereignty to the state, expect from the state to enable them a normal life, a life without worries about survival, not only in the basic sense of the word but also in terms of economic, social, cultural, and ecological wellbeing, etc. In order to achieve this goal, the state needs to adopt an acceptable security concept that will enable peace and stability for a sustainable development. In this way, the state plays the role of both a subject and an actor in the development of the international and regional security within the framework of international politics. The foundation of human security is the rule of law and stable politics, economic welfare assured by resources, maintenance of the ecological environment and development of the society and human rights.

***Key words**: human security, security, security concept, peace, conflicts, regional stability, risks and threats.*

Литература

1. Alston, Philip *"The United Nations and Human Rights: A Critical Appraisal"*, Oxford University Press, Oxford ,1992.
2. Buzan, Barry, Waever, Ole, de Wilde, Jaap, *"Security: a new framework for analysis"*, Lynne Rienner Publishers, Inc., Colorado-USA, 1998.
3. Brecke, Peter *"Risk Assessment Models and Early Warning Systems"*, Internationale Politik, Berlin, 2000.
4. Galtung, Johan *„Peace by Peaceful Means, Peace and Conflict, Development and civilization"*, Sage, London, 1996.
5. Георгиева, Лидија *„Творење на мирот-мирот, безбедноста и конфликтите по студената војна"*, Филозофски факултет, Скопје, 2007.
6. Георгиева, Лидија *„Менаџирање на ризици"*, Фолозофски факултет, Скопје, 2006.

7. Gariup, Monica *"European Security Culture: Language, Theory, Policy"*, Ashgate Publishing Company, Burlington, USA, 2009.

8. Ghali, Butros B. *"An Agenda for Peace-Preventive Diplomaci, Peacemakiang and Peacekeeping"*, United Nations, New York, 1992.

9. R.Cohen, F.M.Deng, *„Mass displacement caedsd bu conflict and one-sided violence: National and International responses"*, SIRPI yearbook 2009, Solna, Sweden, 2009.

10. Hobbs, Thomas *„The Leviathan"*, ed C.B. Mac Pherson, Penguin Books, London, 1985.

11. Шнабел, Албрехт *„Применета превенција на конфликти: искуства и препораки за идни дејства"*, Партнери во мир и превенција-Регионална стабилност преку човекова безбедност, Фридрих Еберт-фондација ,Скопје, 2005.

341.231.14(4-672ЕУ)

Асс. д-р **Зоран ФИЛИПОВСКИ**

ПРАВДАТА, СЛОБОДАТА И БЕЗБЕДНОСТА ВО РАМКИ НА ЕВРОПСКАТА УНИЈА

Апстракт

Во текстот се појаснети основните вредности на правдата, слободата и безбедноста како една од суштествените политики на Унијата со апострофирање на заедничките вредности на земјите членки што е и целта на постоењето на правдата и внатрешните работи преку истакнувањето на заедничките вредности што се иманентни на демократските придобивки на земјите кои ја сочинуваат Европската унија.

Во оваа насока елаборацијата продолжува со прикажувањето на развојот на Европската Унија во политичка Унија, со што се акцентира еволуцијата на концептот на основните човекови права што позитивно се рефлектира во рамки на политиката на правдата и внатрешните работи. Како есенцијалност се укажува и на транспарентноста и демократската контрола, покрај единствените стандарди за човековите права, како начела без кои не би можело да се почитува корпусот на правата што го детерминираат ова подрачје.

Во експресијата за соработката на полето на правдата и внатрешните работи институционализирана како трет столб, општите начела за превенција, откривање, како и собирање, чување, обработка, анализа и размена на информации за кривичните дела како дискурс се преставени во текстот со што се заокружува целината на ова поглавје, притоа оставајќи простор за политиките на азилот, миграцијата, визите и меѓународната соработка, преку кои се прикажува синергичниот настап во борбата против организираниот криминал како последица на развојот на економските односи.

Вовед

Целта на постоењето на слободата, безбедноста и правдата е истакнувањето на заедничките вредности што претставуваат долготрајни принципи на модерните демократии во земјите на Европската Унија. Предизвикот произлезен од Договорот од Амстердам преставува можност

граѓаните од земјите на Унијата да можат да ги уживаат плодовите од нивните демократии.

Постои тесна поврзаност на идеите за правдата, слободата и безбедноста. Егземплификативноста на ваквиот став може да се потврди ако се направи анализа на значењето на поимот за слободата, имајќи го при тоа предвид фактот дека нејзиното уживање е неможно доколку не постои безбедно опкружување и поддршка на правниот систем во насока на гонење на секого што ќе се обиде да изврши нејзина злоупотреба[1].

Развојот на Европската Унија на политичка Унија и подрачје на правда и внатрешни работи[2] е во корелација со современиот демократски систем кој овозможува почитување и заштита на корпусот на основните човекови слободи и права[3].

Имајќи го предвид овој концепт во делот на правдата слободата и безбедноста, каде што се супсумирани европските стандарди за човековите права кои пак имплицираат еднаквост на правата на државјаните на ЕУ во сите држави членки, простор во кој е гарантирано правото на слободно движење на лица и капитал, и во кој е воспоставен систем на контрола на надворешните граници, единствена миграциска политика, право на азил и судска и полициска соработка како единствен начин за справување со сите појавни форми на организираниот криминал.

Договор од Амстердам беше основа за отпочнување на активностите на органите на Европската Унија и државите членки за новата правна рамка на развојот на корпусот на човековите права и во таа насока на правдата, слободата и безбедноста.

Самитот во Тампере го воспостави новиот концепт за работа на полето на правда, слобода и безбедност, ако се имаат предвид новите иницијативи во однос на азилот, борбата против криминалот, како и судската и полициска соработка, што се рефлектираа на осмислувањето на нови цели и правни инструменти за неговата операционализација.

Како подрачје на правда, слобода и безбедност Европската Унија концептуално не е замислена како институционално – правна рамка, пред се заради наднационалниот пристап и националната детерминираност на корпусот на граѓанските права, кој ќе обезбеди само почитување на основните слободи и права само на нејзините граѓани. Ваквиот концепт овозможува развој на заедничка политика за азил и миграција што ќе имплицира зајакната контрола на надворешните граници на Европската

[1]Види повеќе во „Пристап до Европската унија: право, економија, политики“ 13 дополнето издание, Скопје, ноември 2005 година.

2 Во понов период – Правда, слобода и безбедност

3 Повеќе: Prof. d-r Vlado Kambovski, „Pravda i vnatre[ni raboti na evropskata unija“, Praven fakultet „Justinijan Prvi“ -Skopje, 2005

Унија со интенција за спречување на илегалната миграција и организираниот криминал.

Со Амстердамскиот договор овие политики се подигнати на повисоко рамниште, односно се дел од правото на ЕУ, при што е предвидена обврска за Советот да определи општа политика за стандарди и процедури за проверка на лица кои пристапуваат на надворешните граници на Европската Унија, усогласување на политиката на визи, условите за престојот на странците, потоа процедури за давање и одземање на правото на азил и статус на бегалец, минимални стандарди за заштита на лица без постојано место на престој, како и постапување во случаи на илегална миграција и репатриација на странски државјани во земјите на нивното потекло.

Со овој договор, соработката на полето на правдата и внатрешните работи институционализирана како трет столб, подразбира обврска на државите членки да утврдат општи начела за превенција, откривање на кривичните дела, како и собирање, чување, обработка, анализа и размена на информации за кривичните дела меѓу нив и земјите кои не се членки, имајќи ги притоа предвид нормите за заштита на личните податоци. Во рамки на овие начела се предвидува можноста европската полициска организација (ЕВРОПОЛ) да врши прекугранични истраги и да формира бази на податоци за кривичните дела што резултирале од овие истраги.

Еволуцијата на концептот на основните човекови права позитивно се рефлектира врз поимот правда и внатрешни работи, вклучувајќи нови содржини, обликувани низ подрачјето на правдата, слободата и безбедноста, која во однос на правдата и внатрешните работи е воспоставена како средство и цел, при што второто преставува цел кон која се стреми првото[4].

Транспарентноста и демократската контрола, покрај единствените стандарди за човековите права, се начелата што го детерминираат ова подрачје, а овозможуваат постојан дијалог со општеството и овозможуваат развој на неговите принципи, цели и инструменти на примена, со други зборови демократска контрола се обезбедува преку вклученост и активно учество на граѓаните.

Овој концепт на Европската Унија во рамки на подрачјето на правдата, слободата и безбедноста, заснован на единствениот пристап до човековите права е се поприсутен и во билатералните договори со трети земји, како и во договорите за асоцијација.

Внатрешните конфликти, поизразената нетрпеливост кон одредени расни, етнички и конфесионални заедници, се реперкуираа на насочувањето на европската имиграциона политика кон социјална интеграција на

[4]Види повеке Проф. д-р Владо Камбовски: „Правда и внатрешни работи на европската унија“, Правен факултет „Јустинијан Први“ -Скопје, 2005

малцинските имигрантски групи и зајакната контрола на миграциските движења. Во оваа насока сè позабележителна е појавата на заострување на казненото законодавство, како резултат на порастот на транснационалниот организиран криминал со учество на криминални организации составени пред сè од странски државјани. Нивна интенција е изнаоѓање на мерки за негово сузбивање преку користење на софистицирани средства за борба против овие облици на организираниот криминал, како следењето на комуникациите, користење на заштитени сведоци, прикриени агенти и покрај фактот сто не кореспондираат со заштитата на правото на приватност и слобода на комуникациите како сегменти од корпусот на основните човекови слободи и права.

1. Правдата слободата и безбедноста на Европската Унија

Апостофирањето на политичкиот карактер на заедницата произлегува пред се од прогласувањето на еднаквоста владеењето на правото, почитувањето на човековото достоинство и правата кои се заеднички за државите членки, што влијае на поместувањето на основните цели на интегративните процеси од економски кон приоретизација на човековите права и слободи (политички) на кои им се субординирани економските.

Со договорот за ЕУ се предвидуваше преку конституираното подрачје на слободата безбедноста и правдата како резултат на супсумирањето на европските закони и рамковни одлуки, да се започне со хармонизацијата на националните законодавства на земјите аспиранти со законодавството на Унијата со цел поблиска соработка со државите - членки преку заемно признавање на судските одлуки, оперативната соработка на надлежните државни органи – царина и полиција, како и другите служби што го спроведуваат законот специјализирани за превенција и откривање на кривичните дела. Ваквите активности веќе се операционализирани или се реализираат во земјите чии аспирации се да станат земји-членки, со интенција по здобивањето на таквиот статус да бидат инволвирани во политичката контрола над Европол и Европравда и да пројавуваат иницијативност во сферата на полициската и судската соработка.

Подрачјето на слободата, безбедноста и правдата ги вклучува заедничката политика на азил, миграција и контрола на надворешните граници, во размер што нема да ги повреди правата и слободите на граѓаните од трети земји кои патуваат во државите - членки на ЕУ, потоа отсуството на внатрешна гранична контрола, постигнување на висок степен на безбедност, превентивни и мерки за борба против организираниот криминал, како и

мерки и активности за координација на полицијата, судството и другите органи сто го спроведуваат законот.[5]

Остварувањето на функцијата на Европската Унија во областа на правдата и внатрешните работи на ова рамниште резултира на педесетгодишен нагорен тренд на развој на соработката меѓу земјите - членки преку разни меѓународни инструменти како билатерални и регионални договори, иако во овој период многу малку е сторено на полето на правдата и внатрешните работи што е третирано како подрачје на комунитарното право.

Со развојот на економските односи и како нивен пандан организираниот криминал особено транснационалниот, како императив се јави потребата од синергичен настап во борбата против овој тежок облик на криминално дејствување, особено во трговијата со дрога, илегалната миграција и тероризмот, преку различни заеднички активности и востанување на работни групи во насока на размена на информации, и договарање на заеднички акции во областа на миграцијата, азилот и полициската соработка.

Ваквата состојба ја детерминираше потребата од воспоставување на потрајна форма на соработка меѓу министрите за правда и внатрешни работи кои во два наврата во текот на годината разменуваат информации за состојбата по однос на прашањата за судска, полициска, царинска соработка и правото на слободно движење на лица и капитал.

Слободното движење на луѓето на целата територија на ЕУ, со единствениот европски акт е кренато на ниво на Унијата со интенција за создавање на соодветна комунитарна правно-институционална структура што ќе биде гарант за ова начело со асоцијативност во корелацијата на мерките за јакнење на надворешните граници и заедничката политика на азил и миграција.

Акцептирањето на оваа цел на комунитарно рамниште, има своја предисторија во нејзината артикулација во шенгенските спогодби кои, како инструменти на меѓународното право, соработката ја лоцираат на билатерално рамниште. Заради непостоењето на институционална структура и единствени координирачки тела и механизми, се наметна како неопходност, заради постигнување на сериозни резултати во борбата против организираниот криминал, потребата од нејзино инкорпорирање во правната рамка на Европската Унија.

Како последица од артикулацијата на ставот за инструментализација на соработката во борбата против организираниот криминал, етаблиран е нов фундамент за соработка меѓу државите во подрачјето на правдата и внатрешните работи, и во рамки на Договорот од Мастрихт, опфатени се девет подрачја на соработка и тоа: политика на азил, контрола на

[5]Исто

надворешните граници, имиграцијата, спречувањето на делата во врска со дрогите, полициската, царинската и судската соработка. Сепак, мора да се апострофира мислењето дека постои редуктивност во дефинирањето и спроведувањето на заедничката политика во рамки на третиот столб за европските институции, пред сè заради карактерот на правните инструменти од кои дел се необврзувачки за државите, додека дел од нив заради конституционата слабост се одликуваат со бавност на имплементацијата, што пак негативно се рефлектира на прогресот во борбата против транснационалниот организиран криминал[6].

Заради надминување на ваквите слабости и состојбата на дезинтегративност меѓу компетенциите на Унијата со оние востановени од Европската заедница, со Амстердамскиот договор се воспоставени неколку суштински измени при што мошне прецизно се дефинира подрачјето на правдата слободата и безбедноста. Тоа е сторено преку детерминирање на избалансиран пристап меѓу компетенциите на ЕУ, телата и органите во ЕУ и државите членки, потоа преку прецизирање на конститутивните елементи на подрачјето правда, слобода и безбедност и проширување на областите од заеднички интерес.

1.1. Контрола на надворешни граници

Во корпусот на европското државјанство покрај нееконмските[7] основните економски слободи се во корелативна врска со слободата на движењето заради исполнувањето на економските активности на граѓаните на ЕУ, како вработување или инвестирање во друга земја членка, кои со Римскиот договор се проширени и на постојан престој во земјата по завршување на економската активност, како и за туристички патувања каде странците се сметаат за потенцијални потрошувачи на добра и услуги.

Редуктивното инкорпорирање на концептот на европското државјанство беше причина од страна на државите членки да се преферира меѓудржавното договарање што беше акцептирано од правото на ЕУ. Во оваа насока шенгенските договори имаат карактер на меѓудржавни конвенции склучени меѓу државите членки, со исклучок на Велика Британија, чија основна цел е востановување на слободна зона за движење низ територијата на државите членки, без внатрешни граници и внатрешна контрола.

[6]Види повеке Проф. д-р Владо Камбовски: „Правда и внатрешни работи на европската унија“, Правен факултет „Јустинијан Први“ -Скопје, 2005

[7]Со Договорот од Мстрихт во оваа категорија се востановени социјалната политика и политиките на образование, култура, здравство и заќтита на потрошувачите.

Заради поголема превенција и поефикасна борба против криминалот во рамките на шенгенската зона, воспоставен е шенгенскиот информативен систем, во чија база се внесуваат податоци за лица по кои трагаат правосудните органи и полицијата, како и за изгубени и украдени предмети. Овој систем функционира на принципот на корелативни врски со националните системи на државите членки од каде што се преземаат податоците.

Апсорпцијата на одредбите од шенгенските спогодби во Договорот од Амстердам, познати како Шенгенско „aquis", заради интензивност во соработката, се ставени во надлежност на Европскиот суд на правдата, со јасна детерминираност на одредбите сто се однесуваат на јавниот ред и националната безбедност, а се применуваат согласно оценката на секоја држава членка.

1.2. Политика на странци

Посебно внимание заслужува, наспроти генералниот став во однос на основните човекови права, политиката на Европската Унија што се однесува на правата на државјаните на трети земји кои по било кој основ[8] престојуваат во некоја земја - членка. Детерминираната универзалност на корпусот на основните слободи и права ја исклучува дискриминацијата на правата на странците, затоа што целта на ЕУ е подрачјето на правдата, слободата и безбедноста да ги акцептира правата и слободите на сите, а не само на државјаните на државите - членки. Ваквиот концепт е прокламиран и со Амстердамскиот договор кој предвидува и ефикасни мерки за санкционирање на секој обид за дискриминација, што им овозможува на странците во Европската Унија да ги користат сите права гарантирани со Европската конвенција за човекови права со редукција на политичките права кои се гарантирани само за домашните државјани.

Исто така, посебните права[9] на државјаните како во земјите членки така и на европско рамниште не се идентични, така што странците не се целосно изедначени во однос на овие права со државјаните на земјите членки.

Дисолуцијата на поранешните социјалистички држави и економската миграција предизвикана од социјалната состојба заради големата невработеност се реперкуираше на актуелноста за утврдувањето на политика на влез, престој и вработување на странци, особено по силниот миграционен бран во деведесеттите години од минатиот век.

[8] вработување, образование, имигрантски статус
[9] вработување, здравствена заштита, образование, социјално осигурување

Миграционата политика на Европската Унија познава две категории странци кои под определени услови можат да влезат на територијата на ЕУ и странци кои влегуваат во државите - членки. Европската легислатива во однос на овие категории странци имаше еволутивен прогрес почнувајќи од Римскиот договор со кој државите членки, слободата на движењето во заедницата, востановена со овој договор, ја користеа согласно начелото за супсидијарност сами да ги поставуваат условите за влез, престој и вработување на странци. Со Договорот од Амстердам пак, овие прашања беа супсумирани под правото на Европската Унија. Ваквиот пристап значеше пренесување на овие прашања од третиот во првиот столб каде постои поврзаност на миграцијата, азилот, визниот режим со слободното движење на лицата, а со тоа и диспозициите на државите членки беа пренесени во надлежност на Европската Унија. Исто така со инкорпорирањето кон новата легислатива на посебните договори за асоцијација што ги склучува Унијата со земјите со кандидатски статус, и со останатите аспиранти за членство како и договорите за соработка со кои се уредуваат условите за влез и престој на државјаните во Европската Унија, се гарантира еднаков третман на социјална сигурност со домашните државјани[10].

Со секундарното право,Унијата посебно го регулира правото на движење и престој на работниците и нивните семејства кои врз основа на легалниот престој ги имаат истите права како и домашните, при што како фундаментален принцип за ова право се правата на слободата на работа и живеалиште.

Овие права особено правото на престој има одредени рефлексии и врз политиката на визи на Европската Унија, особено ако се имаат предвид корелациите со укинувањето на внатрешните граници меѓу државите членки што, пак, се реперкуира на заострувањето на контролите на надворешните граници како единствен механизам за следење на влегувањето и престојот на странците. Во оваа насока, од значење е корелативноста на правото за престој со усвојувањето, по стапувањето на сила Мастришкиот договор, на двете регулативи на Советот од кои едната се однесува на државјаните од листата за влез на Унијата кои мораат да поседуваат виза при влегувањето во ЕУ, со втората се утврдува форматот и елементите на виза стикерот.

Аспирациите и залагањето на Европската Унија високо ниво на безбедност на граѓаните во рамки на полето на правдата, слободата и безбедноста, ги реализира преку развивање на соработка и заеднички акции на државите членки во областите на полициска и судска соработка во кривичните предмети, како и преку активности што се преземаат во насока на спречување и борба против расизмот и ксенофобијата.

[10]Види повеке Проф. д-р Владо Камбовски: „Правда и внатрешни работи на европската унија“, Правен факултет „Јустинијан Први“ -Скопје, 2005

Постапноста на процесот на Европската интеграција се реперкуира и во делот на правдата и внатрешните работи (правдата, слободата и безбедноста). Самиот факт што во Договорот за Европската Унија од Мастрихт, прашањата во однос на слободата на движење на лица,азил и миграции, преминувањето на границите и судската соработка во голема мерка беа зависни од соработката меѓу земјите членки, во амстердамската верзија тие се обединети во една рамка. Во оваа насока мора да се истакне дека, продлабочувањето на евроинтеграциските процеси со Договорот од Амстердам всушност претставува етаблирање на столбот на правдата и внатрешните работи и зајакнувањето на надворешната и безбедносна политика, како и иницирањето на нови заеднички политики а се однесуваат на невработеноста и социјалната заштита.

Ако со Договорот од Мастрихт интенцијата беше воспоставување на поблиска и поцврста поврзаност на државите членки на Унијата, со кој беа внесени длабоки промени во насока на зајакнување на постоечките политики како и воспоставување на неколку нови[11], потврдувајќи ја природата на повеќе-националниот интегративен процес, со амстердамскиот се продлабочи реформскиот зафат на овој процес преку етаблирањето на столбот на правдата и внатрешните работи, зајакнување на заедничката надворешна и безбедносна политика и иницирање на нови заеднички политики во однос на невработеноста и социјалната заштита.

Во рамки на повеќенационалниот развој на интегративниот процес со Договорот од Мастрихт преку две форми на меѓувладина соработка отпочнат е процесот на една квалитативна и поинтензивна соработка во воспоставувањето, развојот и располагањето на посебен инструментариум за координација во рамки на ЕПС за заедничка надворешна и безбедносна политика, како и правдата и внатрешните работи, што за првпат се конкретизирани како предмети од заеднички интерес[12]. Во контекст на оваа вертикална интеграција во областа на правдата и внатрешните работи прашањата што биле во насока на зајакнување на меѓусебната соработка се однесуваат на политиките за азилот, визите, миграцијата, борбата против организираниот криминал и тероризмот, како и полициската и судска соработка во граѓанските и кривични предмети. Со овој договор се отпочнати преговорите за формирање на Европска полициска агенција (Европол).

[11]Економска и монетарна унија, образование, култура, јавно здравство, заштитата на потрошувачите во рамки на монетарната и економска унија

[12]Вернер Вајденфелд и Волфганг Веселс: „Европа од А до Ш“, Сојузна Централа за политичко овразование, Институт за европска политика 8 издание, издавачи на македонски јазик Фодација Конрад Аденауер и СЕИ – Генерален секретаријат на Владата на Република Македонија, Скопје 2003 година

Фундаменталните цели на Договорот од Амстердам, за разлика од Договорот од Мастрихт, се насочени кон натамошно продлабочување на односите во Европската Унија, особено во областите на заедничката надворешна и безбедносна политика, каде промените се однесува во воспоставувањето на „Високиот претставник“ кој ќе ја застапува ЗНБП, додека во делот на правдата и внатрешните работи интенцијата е во трасирањето на една интензивна интеграциска соработка на полето на правосудството и граѓанските предмети, додека полициската и судската соработка го задржуваат нивото на меѓувладината соработка но се охрабрува нејзината оптималност. Она што е најважно со овој договор е воспоставувањето на заедничката политика на ЕУ која се однесува на азилот и миграцијата.

Улогата на институциите на Заедницата, е есенцијална за полициската и соработката во кривичните предмети, особено за државите на ЕЗ, кои со воведувањето на Шенгенското законодавство за возврат добија можност на своите граѓани да им овозможат чувство на припадност на Унијата со фактот што ги минуваат внатрешните граници без полициска контрола, а како супститут за нивните напори и конзистентност во поддршката на ваквата соработка.

Ако се изврши поопсежна анализа, може да се заклучи дека клучните измени што се направени со Договорот од Амстердам не се во насока на остварување на натамошна економска интеграција туку целите се пред сè политички, односно фундирање на граѓанскиот концепт на Европа преку подобрување на ефикасноста и проширувањето на просторот за поголема демократичност на нејзините институции, како и подготовката за претстојното проширување.

На состанокот во Тампере од страна на Советот на ЕУ договорени се повеќе насоки на заедничката политика и развојот на Унијата[13] во делот на Правдата и внатрешните работи, а се рефлектираа на подрачјето на правдата, борбата против организираниот криминал и политиката на азилот и миграциите каде што е акцептиран сеопфатен приод кон миграцијата од политички и аспект на човековите права, потоа имплементацијата на европскиот систем за азил, појаката интегративна политика за националностите од трети држави кои законски престојуваат на територијата на државите членки, како и управувањето на миграционите движења со особен акцент на илегалните преминувања и трговијата со луѓе.

Интенција на Унијата е да им овозможи на своите граѓани висок степен на безбедност и сигурност во рамките на областа на правдата слободата и безбедноста и во таа насока ги дефинира политиките за сузбивање на сите форми на организираниот криминал, корупцијата,

[13] Види повеќе во „Пристап до Европската унија: право, економија , политики“ 13 дополнето издание, Скопје, ноември 2005 година.

тероризмот, како и недозволената трговија со дрога, оружје и луѓе. Методологијата што се користи за успешна реализација на утврдените позиции е насочена кон меѓусебно информирање на земјите од Европската Унија, сè со цел постигнување висок степен на координација на активностите, особено меѓу надлежните министерства и судските власти на државите членки. Ваквиот начин на соработка меѓу државите членки вклучува спроведување на одлуките во судските постапки, олеснување на постапките на екстрадиција, спречување на судирот на надлежности и во таа насока инсистирање на компатибилност меѓу правилата применливи во земјите членки.

Имајќи ги предвид принципите на двата договора[14], остварувањето на полициската соработка е канализирано на директен начин, како и преку Канцеларијата на европската полиција (ЕВРОПОЛ), а опфаќа оперативна соработка на надлежните полициски и царински органи, собирање, архивирање, анализа и размена на релевантни податоци, заеднички иницијативи за обуки и размена на офицери за врски.

1.3. Полициска соработка

Полициската соработка[15] во изминатиот период има забележителен прогрес за релативно кус период во спречувањето на организираниот криминал што како неопходност бара дефинирање на поимите криминална организација, учество во и помагање на ваквите организации, и заеднички пристап за создавање на европска судска мрежа, размена на офицери за врска, бази на податоци, заедничка политика за јак одговор на борбата против трговијата со дроги, оружје, возила, луѓе, а особено нелегалната миграција и криумчарењето на мигранти.

Соработка меѓу полициските служби опфаќа три пункта, притоа од суштинско значење е етаблирањето на европските полициски служби чие опстојување е потврдено со Спогодбата за Европа, по претходна иницијатива на Германија од 1991 година. Со ова, во рамки на првиот, се реализира активноста на полициските организации преку Европол во однос на спречувањето на недозволената трговија со радиоактивни материи, возила, криумчарењето мигранти и трговијата со луѓе, сексуално насилство и производство и ширење на детска порнографија, како и перењето пари. Во однос на вториот, од значење е соработката што произлегува од Шенгенската спогодба, чии одредби се вградени во правото на Европската

[14]Договор од Мастрихт и Амстердам

[15]Повеќе во „Пристап до Европската унија: право, економја, политики“ 13 дополнето издание, Скопје, ноември 2005 година

Унија, а содржат специјални овластувања на националните полициски служби што се супституут за непостоењето на граничната контрола во границите на Заедницата.

1.4. Политика на миграција

Во однос на имиграционата политика европските држави се под силен притисок затоа што со неа се очекува да се постигне одреден баланс меѓу економските и хуманитарни услови, без притоа да има негативни реперкусии на законодавството на Европската Унија. Ова значи дека земјите членки треба да изнајдат механизми што ќе овозможат ваквите „генератори“ на притисокот да бидат стабилизирани, а притоа да не бидат во колизија со европското законодавство.

Укинувањето на внатрешните граници меѓу земјите членки услови Унијата да развие поекстензивен заеднички пристап и соработка во воспоставувањето на имиграционата политика, што пак се реперкуираше на интензивирање на активностите за донесување на законодавство за формирање на единствен пазар и преставуваше еден вид spill-over метод кон прелевањето на заедничката политика за еднаков третман кон државјаните на трети држави.

Непостоењето на контролите на внатрешните граници има двоен ефект насочен како кон државјаните на заедницата така и кон странците штом еднаш ќе ги поминат границите на Унијата. Тоа е и единствената причина за потребата државите членки да имаат заеднички правила за преминување на нивните граници со усвојување на заеднички политики во областите на визниот режим, имиграцијата, правото на азил, статусот на бегалците и екстрадицијата.

Политиката на миграцијата[16] е производ на претходна процедура на консултациите вршени за миграционата политика во однос на трети земји во рамки на Европскиот центар за следење на расизмот и ксенофобијата со единствена интенција да се одредат целите, мерливите податоци и да се имплементира методологија за подобра размена на искуства од оваа област. Во контекст на ова со леислативата на Европската Унија во оваа област, се одредени условите под кои лицата од трети држави можат да имаат законски престој на територијата на државите членки како и да остварат дозвола за постојан престој на своите семејства. Со легислативната рамка, во утврдените маргини на меѓувладината соработка во полето на правдата и внатрешните работи, се усвоени препораки за спречување и борбата против

[16]Повеќе во „Пристап до Европската Унија: право, економија , политики“ 13 дополнето издание, Скопје, ноември 2005 година, стр 187

незаконската миграција, акции за имплементација на мерки за протерување[17], потоа мерки за статусот на државјаните од трети држави кои имаат постојан престој на државите членки[18], како и мерките со кои државите се охрабруваат да спречат бракови од корист со единствена цел да се заобиколат правилата за влез и престој на лицата од трети држави[19]. Со рамковната одлука[20] за незаконска миграција се дефинираат нелегалните миграциони движења, при што нејзиното донесување е со интенцијата за зајакнување на казненото законодавство за помагањето при недозволените влегувања, транзитирањето преку однапред етаблираните канали и престојот, со дефинирање на законскиот минимум на пропишаните казни и одговорноста на правните лица, како и размената на податоци со надлежните органи на третите држави за спречувањето на незаконската миграција.

1.5. Политика на визи, азил и управување со граници

Во рамките на просторот на правдата слободата и безбедноста, каде што ЕУ ја инкорпорира политиката на азил, миграции и визи[21], со развојот на интеграцијата се укинуваат препреките во однос на квантитативните ограничувања при увоз на стоки и сите погранични контроли и се дава поголема ширина на концептот за четирите основни слободи (слобода за движење на стоки, лица, услуги и капитал). Имајќи ги предвид разликите меѓу земјите членки и оние кои не се, постои и диспропорционалност меѓу важењето на укинувањето на граничните контроли што се однесуваат само на внатрешните граници на ЕУ, а е договорено со Спогодбата од Шенген. Ваквиот пристап го условува постоењето на заедничката политика која се однесува на азилот, имиграцијата и визите кон граѓаните на државите што не се членки на ЕУ.

Комплексниот развој на правните основи кои меѓусебно се преклопуваат го условува и донесувањето на единствена легислативна рамка за миграцијата, азилот и визите. усогласувањата, односно почетоците и обидите што одеа во насока на ваквиот развој ги одбележаа Белата книга за внатрешниот пазар што ја издава Комисијата и Спогодбата од Шенген, што е дополнета со Шенгенската спогодбата за нејзина примена која е на сила од 1993 година. Со оваа спогодба и етаблирањето на шенгенскиот систем на кој

[17]Повеќе „Препорака OJ.L 5,10.01.1996, с 1-7“
[18]Повеќе „Резолуција OJ.L 80, 18.03.1996, с. 2-4“
[19]Повеќе „Резолуција OJ.L382, 16.12.1997, с.1-2“
[20] Види „ Директива 2002/946, OJ.L 328, 05.12.2002
[21] Види повеќе „Европа од А до Ш“ Вернер Вајденфелд и Волганг Веселс, Сојузна Централа за политичко овразование, Институт за европска политика 8 издание, издавачи на македонски јазик Фодација Конрад Аденауер и СЕИ – Генерален секретаријат на Владата на Република Македонија, Скопје 2003 година, стр.286

припаѓаат сите земји членки на ЕУ, освен Обединетото Кралство и Ирска, се создадени претпоставките за отворање на внатрешните граници.

Литература

1. Проф. д-р Владо Камбовски: IПравда и внатрешни работи на европската унијав, Правен факултет IЈустинијан Првив -Скопје, 2005
2. Вернер Вајденфелд и Волфганг Веселс: „Европа од А до Ш“, Сојузна Централа за политичко овразование, Институт за европска политика 8 издание, издавачи на македонски јазик Фодација Конрад Аденауер и СЕИ – Генерален секретаријат на Владата на Република Македонија, Скопје 2003 година
3. Пристап до Европската Унија: право, економија , политики 13 дополнето издание, Скопје, ноември 2005 година, стр. 187
4. Препорака OJ.L 5,10.01.1996, с 1-7
5. Резолуција OJ.L 80, 18.03.1996, с. 2-4
6. Резолуција OJ.L382, 16.12.1997, с.1-2
7. Директива 2002/946, OJ.L 328, 05.12.2002

343.91-056.34:343.8

Doktorant, **Sedžad MILANOVIĆ**[1],

PENOLOŠKI TRETMAN OSOBA SA BITNO SMANJENOM URAČUNLJIVOSTI

Pojam i značaj penološkog tretmana

Penologija je nauka koja se pojavila sredinom devetnaestog vijeka i prema dostupnim izvorima prvi put je ovaj pojam upotrijebio njemački teoretičar Franc Lajber (Franz Leiber) 1845.godine, koji je istu definisao kao nauku koja predstavlja naučno bavljenje kaznama, njihovom primjenom i dejstvom.[2] Do svog osamostaljenja kao zasebna naučna grana penologija je bila u sastavu krivičnog materijalnog i krivičnog procesnog prava, a danas ima značajnu povezanost sa drugim naukama kao što su, kriminologija, psihologija, psihijatrija, pedagogija i dr. Penologija se u posljednje vrijeme sve više veže za literaturu koja obrađuje područje izvršenja krivičnih sankcija i područje krivičnog izvršnog prava, što ima smisla i za što postoji potreba. Za razliku od svojih početaka kad se penologija bavila prvenstveno kaznom i to isključivo praktičnom primjenom kazne penologija se danas bavi i drugima krivičnim sankcijama i njihovoj primjeni u praksi. Te druge krivične sankcije su prije svih mjere sigurnosti. Osnovni cilj penologije su pitanja vezana za tretman osuđenih lica a u sastavu tretmana pitanja prevaspitanja i resocijalizacije osuđenika. Ova nauka se sa razlogom može nazvati i multidisciplinarnom jer pored pravnog izučava i druge aspekte krivičnih sankcija.[3] Penologija se sve više bavi problemima, primjenom i konačnim efektima drugih krivičnih sankcija uključujući i mjere sigurnosti koje se primjenjuju prema neuračunljivim,smanjeno uracunljivim i bitno smanjeno uračunljivim počiniocem krivičnih djela. Mjere sigurnosti a posebno one medicinskog karaktera imaju veliki značaj u tretmanu počinilaca krivičnih djela u stanju smanjene i bitno smanjene uračunljivosti. Koliki je značaj za društvenu zajednicu primjena ovih mjera najbolje govori podatak da danas ne postoji niti jedna zemlja u sastavu čijeg zakonodavstva se nalaze mjere sigurnosti i da je tendencija da se one unificiraju i standardiziraju.

[1] Ministar MUP SBK Travnik, Bosna i Hercegovina

[2] Radoman, M.: Penologija, Pravni fakultet u Nišu, Beograd, 2003. str. 6

[3] Radoman, M.: *Penologija i kazneno izvršno pravo*, Pravni fakultet u Novom Sadu, Novi Sad, 2009., str. 4. Izučava se socijalna strana društvenog odnosa, kao i psihološke i pedagoške, pa i andragošku i medicinsku stranu problema.

Penološki tretman osoba sa bitno smanjenom uračunljivosti kao jedan od tretmana počinilaca krivičnih djela ima tendencije sve višeg interesovanja od strane krivičnopravne nauke i ostalih nauka koje se bave ovom populacijom a posebno: psihijatrije, medicine, forenzičke psihijatrije[4], psihologije i dr. Medicinski tretmani neuračunljivih i smanjeno uračunljivih lica predmet su interesovanja i u slučajevima kad takva lica nisu sklona delikventnom ponašanju a posebno su interesantni slučajevi duševno poremećenih osoba delikvenata i odnos društvene zajednice prema njima. Međunarodni akti, deklaracije i nacionalna zakonodavstva donose pravne okvire u kojima se štite prava ovih kategorija, prava u slučajevima prisilne hospitalizacije, prava za vrijeme medicinskog i penološkog tretmana.

Penološki tretman počinilaca krivičnih djela regulisan je krivičnim zakonima BiH, Zakonom o izvršenju krivičnih sankcija, Zakonu o zaštiti osoba sa duševnim smetnjama, pravilnicima o izvršenju mjera sigurnosti medicinskog karaktera, pravilima kućnog reda u zavodima/zatvorima. Važnu ulogu u penološkom tretmanu neuračunljivih i bitno smanjeno uračunljivih počinilaca krivičnih djela imaju psihijatrijska vještačenja ili ekspertize koje se rade na osnovu naloga suda a rade ih sudski vještaci medicinske i psihijatrijske struke. U uradenim nalazima nalaze se bitni podaci o pociniocu krivicnog djela koji se koritte u odredivanju vrste i nacin penoloskog tretmana. Nalazi koje urade vještaci u postupcima vještačenja sud prihvata u donošenju presude u velikom procentu, a smo rijetko sud djelimično prihvata ili odbacuje nalaz sudskog vještaka. U nekim zemljama ovi nalazi se prihvataju 100% (Hrvatska, BiH), dok se u nekim zemljama prihvataju u procentu 60%-100%.[5]

Bitno smanjeno uračunljivi počinioci krivičnih djela su po krivičnom zakonu uračunljivi počinioci i prema njima se izriču kazne zatvora kao prema ostalim počiniocima krivičnih djela s tim da im se uz kaznu može izreći i neka od mjera sigurnosti propisana zakonom. Mjere sigurnosti koje se najčešće izriču prema ovim licima su mjera obaveznog psihijatrijskog liječenja i mjera obaveznog

[4] Vidi više Haller, R., Prunnlechner-Neumann, R.: *Forensische Psychiatrie –Die Rolle des Faches zwischen Medizin, Justiz und Öffentlichkeit*, Neuropsychiatrie, Band 20/Nr.1, Universitätsinstitut für Suchtforschung, Medizinische Universität Innsbruck, Dustri-Verlag, Dr. Karl Feistle, München- Deisenhofen, 2006.str.1 Forenzička psihijatrija, koja ostavlja svoj uticaj na pograničnom području prava, kriminologije, sociologije, filozofije, psihologije i medicine, bavi se kao posebno područje medicine s problemima procjene osoba s mentalnom poremećajima i liječenju duševno bolesnih učinilaca krivičnih djela Osim tradicionalnih zadataka ocjenjivanja uračunljivosti i krivične odgovornosti, procesne sposobnosti, prognoze i uticaja psihičih poremećaja na poslovnu i radnu sposobnost , pojavili su se i niz novih zadataka. Ona seže duboko u područjima istraživanja mozga, slike svijeta, metafizike i filozofije.

[5] Španiji 85%, Portugalu 80%, Australiji 60-80%, Kipru 90%. vidi više Kozarić-Kovačić, D., Grubešić-Ilić, M., Grozdanić, V.: *Forenzička psihijatrija*, drugo izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Medicinska naklada, Zagreb, 2005., str. 35.

liječenja od ovisnosti. Predmet interesovanja ovog rada je tretman bitno smanjeno uračnjivih počinilaca krivičnih djela u BiH i on se može sagledavati kroz tretman izvršavanja kazni zatvora i kroz tretman izvršavanja nekih izrečenih mjera sigurnosti počinioca sa bitno smanjeno uračunljivošću. Uspjeh institucionalnog tretmana u velikoj mjeri je ograničen organizacijom života i rada u KPZ, koja se u značajnoj mjeri može relativizirati pridržavanjem osnovnih principa institucionalnog tretmana osuđenih osoba, te eliminacijom različitih negativnih i razvijanjem pozitivnih utjecaja na institucionalni tretman.[6]

Autor Radoman M. ističe da institucionalni tretman osoba sa bitno smanjenom uračunljivosti u dijelu koji se odnosi na izdržavanje kazne zatvora u svom većem dijelu trebao bi da bude identičan tretmanu zdravih počinilaca krivičnih djela uz pridržavanje principa tog tretmana. Na teorijskoj ravni egzistira veći broj važnih principa: princip povjerenja i poštivanja dostojanstva ličnosti, princip poznavanja ličnosti, princip svestranosti, princip jedinstva vaspitnih utjecaja, princip aktivnog i svjesnog učešća osuđenog u tretmanu.[7] S tim u vezi, Mlađenović-Kupčević R. apostrofira da principi tretmana osuđenika su prije svega princip zakonitosti, humanosti i individualizacije.[8] Uspjeh u tretmanu ove populacije zavisi od niza pozitivnih i negativnih faktora koji na njega djeluju u različitim fazama ostvarivanja. Eliminacijom negativnih faktora a razvijanjem pozitivnih ostvaruje se povoljna situacija za uspjeh tretmana. U eliminaciji negativnih faktora najveću ulogu ima društvena zajednica a u sklopu nje naučna i stručna javnost.

U daljem postupku koji se vodi pred nadležnim sudom donosi se odluka o krivici počinioca krivičnog djela i izriče kazna ili se počinilac oslobađa od odgovornosti. Na osnovu nalaza vještaka sud može (a i ne mora) donijeti dopunsku krivičnu sankciju u vidu neke od mjera sigurnosti i odrediti dužinu njenog trajanja. Nakon pravosnažnosti sudske presude počinilac krivičnog djela se upućuje na izdržavanje izrečene kazne (mjere sigurnosti) u za to odgovarajuću krivično popravnu instituciju. Neke od karakteristika za uspješan tretman osuđenika su lične karakteristike ili osobine osuđenika, osoblje ustanove, smještajni kapaciteti i uslovi KPZ-a, a o nekima od njih ćemo govoriti u nastavku rada.

Lične osobine osuđenika su važne iz razloga izbora programa i metoda institucionalnog tretmana. Na osnovu ovih ličnih karakteristika vrši se buduća prognoza ponašanja, a na osnovu nje planiraju oblici tretmana. Analiza karakteristika osuđenika odnosi se na : starost, zanimanje , stepen obrazovanja, recidivizam, socijalnopatološko ponašanje i veze takvog ponašanja sa

[6] Mahmutović, Dž.: *Institucionalni tretman osuđenica u Federaciji BiH*, Magistarski rad, Univerzitet u Sarajevu Fakultet kriminalističkih nauka, Sarajevo, 2007., str. 89.
[7] Radoman, M., *Penologija, Pravni…* op.cit., str. 159-160.
[8] Vidi više Mlađenović-Kupčević, R.: *Osnovi penologije (III dopunjeno izdanje)*, Svjetlost, Sarajevo, 2001., str. 172. i 174.

alkoholizmom, kockanjem, prostitucijom ili sl. Ovim informacijama obezbjeđuje se potrebna spoznaja za primjerenije planiranje i realizaciju tretmana.[9]

Osoblje ustanove koje realizuje tretman u KPZ treba da posjeduje specifične kvalitete i visok stepen stručne obrazovanosti. Različite vrste tretmana u cilju resocijalizacije osuđenika zahtijevaju prisustvo stručnjaka različitih profila, a prije svega : psihologa, pedagoga, penologa, sociologa, pravnika, ljekara i dr. Rad u KPZ-u je izuzetan fizički i umni napor za uposlenike pa je sa obzirom na takvu vrstu posla potrebno uraditi kvalitetnu sistematizaciju radnih mjesta. Kvalitetno osoblje je naročito značajno za izgradnju odnosa između osuđenika i osoblja i ukupne atmosfere u KPZ.

Smještajni kapaciteti koje možemo uključiti i arhitekturu KPZ također imaju utjecaj na ukupan tretman osuđenika. Tu prije svega možemo govoriti o veličini ustanove, udaljenosti od naseljenih mjesta i sl. Prema Mejovševu a nakon provedenih istraživanja u hrvatskoj zaključeno je da uspjeh penološkog tretmana ovisi o njegovoj zasnovanosti na sljedećim pretpostavkama : teoretska zasnovanost programa tretmana, raznovrsnost programa tretmana, usmjerenost na kriminogene potrebe, prilagođenost programa obilježjima prestupnika, igranje uloga i modeliranje i vježbanje socijalno kognitivnih vještina.[10]

Postupak liječenja osuđenika smanjeno i bitno smanjeno uračunljivih prema kojima se provodi institucionalni tretman trebala bi da bude raznovrsna i heterogena a u proces njihove resocijalizacije potrebno bi bilo uključiti i više postupaka i metoda. Različiti postupci i metode trebaju biti prilagođeni osnovnim obilježjima i osobinama osuđenika i da budu usmjereni na osuđenike većeg rizika. U dijelu koji se odnosi na tretman ove populacije sa aspekta izrečenih mjera sigurnosti a posebno mjera sigurnosti medicinskog karaktera potrebno bi bilo navedene programe i tretman usmjeriti na liječenje i odvikavanje od konzumiranja štetnih materija. Smisao izricanja mjera sigurnosti bitno smanjeno uračunljivim počiniocima je podvrgavanje učinioca odgovarajućem medicinskom tretmanu i otklanjanje opasnog stanja njegove ličnosti s jedne strane, a sa druge strane riječ je o licima opasnim za svoju okolinu koja su zbog abnormalnog duševnog stanja sklona vršenju krivičnih djela.[11] Kod druge grupe učinioca sa bitno smanjeno uračunljivošću kojima je izrečena mjera obaveznog liječenja alkoholičara i narkomana programi tretmana u KPZ-ovima trebaju biti usmjereni na njihovo liječenje i resocijalizaciju što je s obzirom na njihovo stanje vrlo složen tretmanski zadatak. Kvalitetan tretman ove populacije zatvorenika i krajnji cilj moguće je ostvariti jedino uz primjenu individualiziranih programa i oblika tretmana. Da bi se mogla primjeniti individualizacija programa neophodno je upoznati ličnost

[9] Mahmutović, Dž., op. cit., str. 93.
[10] Mejovšek, M.: *Temeljni problemi penološkog tretmana*, u : Mejovšek, M.: *Prema modelu intervencija u kazneni zavodima*, Edukacijsko rehabilitacijski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2001., 21-33., str. 24.
[11] Mlađenović-Kupčević, R., op.cit. str. 219.

osuđenika i njegove druge osobenosti sa: pedagoškog, psihloškog, sociološkog, kriminološkog i sigurnosnog aspekta. U penitersijarnoj praksi savremenih zemalja postoje dva načina ispitivanja ličnosti.[12] Za ovu populaciju osuđenika i njihovo stanje važan dio ispitivanja je medicinsko, psihološko, sociološko, pedagoško, sigurnosno i psihijatrijsko ispitivanje. Navedena ispitivanja utvrđuju zdravstveno stanje, prethodne bolesti, hirurške intervencije, bolesti porodice i druge zdravstvene aspekte. Psihološko ispitivanje utvrđuje psihički profil osuđenika i determinira poremećaje koji su doveli do delikventnog ponašanja. Psihijatrijsko ispitivanje otkriva psihopatske smetnje i mentalne poremećaje osuđenika. Sociološko nastoji utvrditi socijalne faktore koji karakterišu život i razvoj ličnosti, a doprinijeli su njegovom delikventnom ponašanju. Ovim istraživanjem treba obuhvatiti istraživanje mikrosocijalne sredine koju čini porodica, radno mjesto i sl, kao i analizu socijalnih prilika i društvenog okruženja u kojem je osuđenik živio.[13]

U teoriji i praksi savremenog penološkog institucionalnog tretmana postoje različiti oblici koji se koriste prema osuđenicima a sa obzirom na vrstu izrečene krivične sankcije i mjere sigurnosti. Razvoj penitersijarne prakse nametnuo je različit razvoj i primjenu pojedinih oblika i tretmana u ustanovama za izvršavanje kazne. U literaturi se obrađuju različiti oblici tretmana i terapija koje se primjenjuju prema osuđenicima. Najčešće se obrađuju oblici tretmana : rad, edukacija, slobodno vrijeme, posebni oblici tretmana za ovisnike o alkoholu i drogama, rehabilitacioni programi , psihoterapeutski (individualni i grupni) i dr. Važni oblici tretmana za populaciju uračunljivih zatvorenika su moralno pedagoško vaspitanje i obrazovanje osuđenika, rad i profesionalno osposobljavanje, približavanje osuđenika uslovima života na slobodi, organizovanje slobodnog vremena i dr. a za osuđenike kojima su izrečene mjere sigurnosti značajni oblici tretmana su primjena psihoterapije (grupne i pojedinačne), tretman odvikavanja i rehabilitativni programi.

Psihoterapija je oblik psiho-analitičkog tretiranja osuđenika, koji ima za cilj da, psihološkim metodama i tehnikama, izvrši korekciju osuđenog lica, čak, i da izmijeni njegovu ličnost.[14] Ovaj način korektivnog djelovanja na osuđenike primjenjuje se u dva oblika : individualna i grupna terapija. Terapiju je moguće je primijeniti samo prema određenim osuđenicima iz populacije bitno smanjeno

[12] Radoman, M.: *Penologija i sistem izvršenja krivičnih sankcija*, Pravni fakultet u Novom Sadu, Novi Sad, 2001. op.cit., str. 142-145, Tamo gde postoje zavodi za ispitivanje ličnosti ili opservacioni centri ličnost osuđenika se ispituje prije njegovog dolaska na izdržavanje kazne (tako su u SAD osuđenici izdržavanje kazne zatvora započinjali u opservacionim centrima i gde su bili podvrgnuti ispitivanju od strane raznih stručnjaka). Drugi sistem gde ne postoje opservacioni centri ispitivanja ličnosti, ispitivanje se vrši u zatvoru gde osuđenik izdržava kaznu. Ličnost osuđenika se u ovim zatvorima ispituje multidisciplinarno, jer je delikventno ponašanje multifaktorski uslovljeno.

[13] Mahmutović, Dž., op. cit, str. 98.

[14] Milutinović, M.: *Penologija*, Izdavačko-štamparsko preduzeće „Savremena administracija“, Beograd, 1977., str. 134.

uračunljivih a ista će se primijeniti uz prethodno upoznavanje i proučavanje ličnosti. Subjekt psihoterapije, individualne ili grupne, uvijek je određeni osuđenik bez obzira da li je u ovu vrstu terapije ušao kao pojedinac van grupe ili kao pripadnik određene grupe. Za ovu vrstu tretmana neophodno je između psihoterapeuta i osuđenika stvoriti pogodnu klimu, te da osuđenik iskaže spremnost da se podvrgne ovoj vrsti tretmana.

Tretman odvikavanja je drugi oblik penološkog tretmana koji se primjenjuje vrlo često u penološkim institucijama i to prema osobama koje su počinile krivično djelo i kojima je utvrđena ovisnost o alkoholu, drogi ili nekoj drugoj supstanci. U obliku ovog tretmana realizuju se različiti programi namijenjeni ovoj kategoriji osuđenika a sve u cilju odvikavanja od upotrebe opojnih sredstava. Zajedničko svim programima je nastojanje da se pomogne ovisnicima da riješe svoje probleme da nauče metode rješavanja životnih problema, izrađuju samopoštovanje i dr. Ne postoji jedinstven pristup u pogledu tretmana koji se primjenjuju i postoje razlike od ustanove do ustanove. Zajedničko za tretman odvikavanja od alkohola je postojanje tri faze . U prvoj fazi nazvanoj detoksifikacija osuđenik prestaje sa konzumiranjem alkohola. U drugoj fazi se provodi tretman, dok se u trećoj fazi pruža post- tretmanska pomoć.[15] U novijoj literaturi se spominje porodična terapija alkoholičara i narkomana. koja obuhvata rad sa osuđenikom i članovima njegove porodice- roditeljima, rodbinom, bračnim partnerom ili drugim ličnostima za koje je osuđeni emotivno vezan i koji mogu biti od pomoći u liječenju. Ova terapija je posebno našla svoju primjenu u terapiji lica kojima je izrečena mjera obaveznog liječenja i čuvanja alkoholičara i narkomana.[16] Rehabilitacioni programi značajni su za penološki tretman ove populacije osuđenika sa obzirom da je kod njih utvrđeno postojanje nekog od poremećaja ili ovisnosti i zbog toga je kroz ovaj tretman potrebno ovakve zatvorenike prilagoditi uslovima života u zatvoru, i međuljudskim odnosima, brizi o sebi i svom tijelu i sl. Ovakvi programi ne trebaju biti pravilo, već izuzetak s obzirom na samog počinioca i utvrđen stepen uračunljivosti ili ovisnosti. U provođenju ove terapije ipak se mora voditi računa o svim fazama i ovaj tretman je u direktnoj vezi sa cjelokupnim tretmanom osuđenika. Navedeni oblici tretmana u prethodnom dijelu rada primjenjuju se u većini zemalja i njihovih penoloških institucija uz propisane zakone o izvršenju krivičnih sankcija i drugih mjera kao i ostale podzakonske akte (pravilnike, instrukcije i sl).

Penološki tretman osuđenika uopšte a posebno bitno smanjeno uračunljivih osuđenika zahtjeva visok stepen organizacije sistema izvršenja krivičnih sankcija. U sklopu ovog tretmana važno mjesto zauzima postupak raspoređivanja ovih osuđenika u penološkoj instituciji s obzirom da se radi o učiniocima kojima su izrečene i kazna i mjera sigurnosti. Posebno značajno je

[15] Mahmutović, Dž., op. cit., str. 108.
[16] Radoman, M.: *Penologija i kazneno izvršno pravo,* Pravni fakultet u Novom Sadu, Novi Sad, 2009.., str. 116.

raspoređivanje ove populacije zatvorenika i iz razloga što isti izdržavaju kaznu u penološkim institucijama BiH zajedno sa populacijom zdravih osuđenika. Raspoređivanje i klasifikacija osuđenika predstavlja grupisanje osuđenika u pojedinim ustanovama, a unutar njih u manjim grupama, koje su pogodne za kvalitetan i efikasan tretman, a sve u cilju njihove resocijalizacije. Raspoređivanje i klasifikacija u zavodima za izdržavanje kazne i mjera sigurnosti pojavili su se u ranoj fazi penitercijarne prakse a raspoređivanje osuđenika vršeno je na osnovu različitih kriterija. Svrha ovakvog načina raspoređivanja je bila izbjegavanje fenomena „kriminalne infekcije."[17] Penološka literatura razlikuje dvije vrste raspoređivanja ili klasifikacije i to:

- Eksterno raspoređivanje je raspoređivanje koje se vrši na osnovu objektivnih kriterija i to najčešće: uzrast, recidivizam, zdravstveno stanje, vrsta krivičnog djela i sl. Ova vrsta raspoređivanja zavisna je od organizacije i vrsta mreža zatvorskih ustanova. Zakonodavac je eksterno raspoređivanje u BiH osuđenika regulisao odredbama krivičnog zakona BiH, F BiH, RS i BD, a precizirao u odredbama zakona o izvršenju krivičnih sankcija. Odredbama člana 120 i 121 ZIKS F BiH izvršena je kategorizacija kazneno popravnih ustanova u F BiH uz kriterije: dob i pol osuđenih osoba , zdravstveno stanje, stepen osiguranja, ograničenje slobode kretanja, primjena mjera u postupanju i tretmanu osuđenih osoba. U skladu sa navedenim članovima nadležni sudovi upućuju osuđene na izdržavanje kazne zatvora i mjere sigurnosti (u slučajevima kad se radi o bitno smanjeno uračunljivim i smanjeno uračunljivim počiniocima).
- Interno raspoređivanje je druga vrsta raspoređivanja koja se provodi unutar penoloških ustanova a podrazumijeva grupisanje osuđenih lica u manje grupe radi primjene adekvatnijeg tretmana i u cilju kvalitetnije resocijalizacije. Interno raspoređivanje se vrši prema osobinama ličnosti (subjektivni kriterij) odnosno potrebama i mogućnostima tretmana.[18] Na osnovu ovih kriterija u ustanovama se formiraju klasifikacione grupe a veličina ovih grupa zavisi od tipa ustanove u kojima se izvršava izrečena kazna i mjera sigurnosti. U kontekstu ovog istraživanja potrebno je istači poseban pristup osuđenicima koji su krivično djelo učinili bitno smanjene uračunljivosti ili smanjene uračunljivosti i njihovog raspoređivanja i klasificiranja u ustanovama u kojima izdržavaju kaznu i mjeru sigurnosti. Njima je u tom smislu potrebno osigurati uslove smještaja koji će odgovarati njihovom zdravstvenom-mentalnom stanju a u cilju što

[17] Radoman, M., op. cit., str. 146-148.

[18] Mahmutović, Dž., op. cit., str. 100, Osnova za ovakvo raspoređivanje je prethodno ispitivanje ličnosti osuđenika, a raspoređivanje može biti zasnovano na pozitivnim i negativnim osobinama. Pod negativnim osobinama osuđenika u smislu raspoređivanja misli se na ne prilagođavanje zatvorskim uslovima, neprilagođenog ponašanja ili utvrđenih mentalnih poremećaja. O ovome vidi više i u Radoman,M., op. cit., str. 149.

kvalitetnije resocijalizacije i liječenja mentalne bolesti utvrđene vještačenjem u sudskom postupku.

U skladu sa odredbama člana 34. stav 3. ZIKS F BiH Federalni ministar pravde je donio kriterije o načinu određivanja i realizacije tretmana osuđenih osoba u F BiH,[19] a čiji sastavni dio su upute o formiranju unutrašnjih klasifikacionih grupa u KPZ u F BiH. Prema ovim kriterijima unutrašnje klasifikacione grupe se formiraju u skladu sa prostornim i kadrovskim mogućnostima ustanove, te obilježjima osuđeničke populacije. Nalaže se da dominantni kriteriji budu radno mjesto i starosna dob osuđenika, a kao dopunski kriteriji mogu se koristiti: recidivizam, dužina kazne, vrsta krivičnog djela, zdravstveno stanje i dr. Poželjnim se smatra da grupe budu heterogene. Traži se i formiranje odgojnih kolektiva koje sačinjava jedna ili više srodnih klasifikacionih grupa.

Oblici institucionalnog tretmana osuđenika

U svjetskoj penološkoj praksi danas se primjenjuju različiti oblici institucionalnog tretmana osuđenika a sve u cilju njihove što potpunije resocijalizacije. Razvoj pentercijaren prakse uslovio je nejednak razvoj i primjenu pojedinih oblika tretmana a posebno tretmana počinioca krivičnih djela sa bitno smanjeno uračunljivošću. Primjena nekih od oblika tretmana uslovljena je sa više faktora, objektivnih mogućnosti kazneno popravne ustanove, stručnom sposobnošću zavodskog osoblja i drugim uslovima. U literaturi se obrađuju različiti oblici tretmana: rad, edukacija, slobodno vrijeme, posebni oblici za ovisnosti od alkohola i sl., mali rehabilitativni programi, psihoterapeutski oblici tretmana (individualni i grupni), nagrađivanje i kažnjavanje i dr.[20] U kategoriji osuđenika kojima je izrečena kazna zatvora i neka mjera medicinskog karaktera oblici tretmana imaju značajnu ulogu. Posebno značajnu ulogu imaju oblici tretmana koji se primjenjuju prema ovoj populaciji osuđenika u cilju njihovog poboljšanja zdravstvenog stanja i njihove pripreme za postpenalni tretman. U nastavku ćemo obraditi neke od oblika tretmana bitno smanjeno uračunljivih osuđenika koji se provode ili bi se trebali provoditi u našim zavodima-zatvorima.

Psihoterapeutski oblici tretmana podrazumijevaju posebne oblike psihoanalitičkog tretiranja osuđenika s ciljem korekcije njegovog ponašanja, pa čak i izmjene njegove ličnosti. U praksi se ovaj oblik terapije pojavljuje u dva oblika: individualna i grupna terapija. Primjena ovih oblika psihoterapije moguća je prema određenim osuđenicima o čemu odluku donosi nadležni psihijatar u instituciji gdje se izdržava kazna i mjera sigurnosti a odluka se donosi uz

[19] *Kriteriji o načinu određivanja i realizacije tretmana osuđenih osoba*, Federalno ministarstvo pravde, Broj: 05-24-860/98 od 02.04.1998., Sarajevo
[20] Milutinović, M., op.cit., str. 124-145.

predhodno upoznavanje i proučavanje ličnosti osuđenika. Subjekt psihoterapije, individualne ili grupne uvijek je određeni osuđenik bez obzira na to da li je u ovu vrstu terapije ušao kao pojedinac van grupe ili kao pripadnik određene grupe.[21] Psihoterapija je psihološka metoda liječenja koju karakteriše susret i razgovor između terapeuta i pacijenta u određenom vremenu. Razgovor se vidi na osnovu stručnih i etičkih pravila. Psihoterapijske metode se primjenjuju u liječenju neuroza, ali i drugih psihičkih poremećaja, bilo da se apliziraju same ili kombnuju sa drugim vrstama liječenja (psihofarmakoterapija, socioterapija).[22] Da bi se ovim oblikom tretmana ostvarili postavljeni ciljevi potrebno je da se između terapeuta i osuđenika stvori povoljna klima za terapeutski rad. Psihoterapeuti u svom radu primjenjuju različite metode i postupke uključujući i visoko psihoanalitičke intervencije. Grupna terapija kao jedan od oblika psihoterapije provodi se kao grupno savjetovanje i grupna psihoterapija. Grupno savjetovanje se primjenjuje se prema osuđencima bitno smanjeno uračunljivim čija ličnost nije poremećena u većoj mjeri. Njime se nastoji potaći razvoj pozitivnih osobina osuđenika, kako bi oni shvatili svoje probleme te pronašli načine za njihovo rješavanje. Grupna psihoterapija se primjenjuje prema osuđenicima koji imaju dublje promjene ličnosti, počev od promjena u emocionalnoj sferi, pa sve do mentalnih poremećaja.[23] U zavisnosti o kakvom se bitno smanjenom uračunljivom počiniocu krivičnog djela radi kao i mjeri sigurnosti koja je istom izrečena psihijatar će zajedno sa ostalim osobljem u zavodu odrediti vrstu, dinamiku i dužinu pimjene psihoterapije.

Tretmani odvikavanja su jedan od oblika institucionalnog, penološkog tretmana bitno smanjeno uračunljivih počinioca krivičnih djela i često se primjenjuju u zavodima- zatvorima. Istraživanje koje smo proveli za ovaj rad vidljvo je da je jedan broj osuđenih lica krivična djela učinio u stanju smanjene ili bitno smanjene uračunljivosti i da je kod istih prilikom vještaćenja utvrđena upotreba nekog od opojnih sredstava. Tretmani odvikavanja predstavljaju niz različitih programa namijenjenih ovoj kategoriji osuđenika a mogu se sastojati od tretmana koji podrazumijevaju odvikavanje od alkohola, droga ili drugih opojnih sredstava. Zajednički cilj ovog tretmana jeste da se bitno smanjeno uračunljivim počiniocima krivičnih djela, a koji su i ovisnici o upotrebi nekih od opojnih sredstava pomogne da lakše rješavaju svoje probleme i da kod ovih osuđenika prestane uživanje opojnih sredstava. U zavisnosti od ustanove do ustanove koriste se i različiti tretmani za odvikavanje od alkohola i droge. Ne postoji jedinstven pistup u pogledu ovih tretmana a zajedničko za tretman odvikavanja od alkohola je postojanje tri faze i to faza detoksifikacije, faza tretmana i faza posttretmanske pomoći.[24]

[21] Ibid, str. 140- 145.
[22] Loga, S. i dr. : *Klinička psihijatrija,* Medicinski fakulteti u Sarajevu i Tuzli, Tuzla i Sarajevo, 1999., str. 350.
[23] Mahmutović, Dž., op. cit., str. 109.
[24] Ibid., str. 108.

Farmakoterapija je jedan od oblika koji se najčešće provodi prema bitno smanjeno uračunljivim počiniocima krivičnih djela a u literaturi se još naziva i psihofarmakoterapija. Radi se o metodu liječenja bitno smanjeno uračunljivih počinioca krivičnih djela primjenom terapijskog sredstav- psihotropnih lijekova ili psihofarmaka. Isti djeluju na psihičku funkciju počinioca krivičng djela, njegovo ponašanje i doživljavanje konzumenta. Danas se u praksi primjenjuje veliki broj lijekova i postoje razne klasifikacije ali ni jedna nije opšte prihvaćena.[25] U ovom radu i istraživanju koje smo proveli na odjeljenju forenzičke psihijatrije u KPZ Zenica i psihijatrijskog zavoda u Sokocu utvrdili smo da veći broj počinilaca krivičnih djela u neuračunljivom, bitno smanjeno uračunljivom ili smanjeno uračunljivom stanju koristi upravo farmakoterapiju kao jedini i osnovni oblik penološkog tretmana.

Rad kao oblik tretmana predstavlja jedan od najznačajnijih elemenata prevaspitanja i resocijalizacije osuđenika. Rad je u penološkoj praksi evoluirao kroz nekoliko faza, najprije je predstavljao kaznu, sredstvo prinude, represije i ponižavanja, sredstvo uz kaznu, da bi uvođenjem resocijalizacije kao cilja kazne rad postao oblik tretmana. On može imati dva cilja, razvijane rutine i učenje vještina. Radno angažovanje treba biti povezano i sa ciljanom obukom usmjerenom ka osiguranju radnih vještina koje osuđenici mogu koristiti za pronalaženje zaposlenja nakon izdržavanja kazne.[26] Da bi rad osuđenih lica imao vaspitnu i korektivnu vrednost potrebno je da ispunjava nekoliko kriterijuma koji su sadržani u međunarodnim aktima, kao što su Evropska zatvorska pravila ili Skup minimalnih pravila o postupanju sa zatvorenicima. Akt UN o minimalnim pravima osuđenika ukazuje na nekoliko osnovnih principa radnog angažovanja osuđenih.

Prvo načelo odnosi se na *integrisanost* osuđeničkog rada u privrednu aktivnost države, čime se u moralnom i socijalnom smislu osuđenički rad izjednačava s radom čoveka na slobodi, kao njegova prirodna i socijalna potreba. Drugo načelo, načelo obaveznosti, uvodi radno angažovanje kao pravo osuđenika, koje mu se ne može oduzeti i obavezu koja mu se može nametnuti. Ovo načelo polazi od pretpostavke da je rad čovekova potreba koja se ne može oduzeti ni kaznom lišenja slobode. Prema tome, rad u toku izdržavanja kazne lišenja slobode predstavlja metod kojim se osuđenik prevaspitava i upućuje na navike koje ga na slobodi čine sposobnim za obezbeđenje egzistencije, a ne na društveni parazitizam. Treće načelo se odnosi na radno angažovanje, kao *profesionalnu orijentaciju osuđenika*, što predstavlja značajan faktor stručnog osposobljavanja i razvijanja radnih navika u funkciji socijalne readaptacije. Četvrto načelo podrazumeva *stvaranje jednakih uslova rada* osuđenika s uslovima istih struka i privrednih uslova na slobodi. To obuhvata kako uslove rada, tako i zaštite na radu, kao i korišćenja materijalno-tehničkih preduslova rada u proizvodnim i drugim

[25] Loga, S. i dr., op. cit., str. 300.
[26] Mahmutović, Dž., op. cit., str.103.

radnim organizacijama koje founkcionišu u kazneno-popravnim ustanovama. Peto načelo odnosi se na *princip nagrađivanja*, odnosno stav da osuđeniku za rad pripada pravična nagrada i naknada, čime se radu daje smisao rada čoveka na slobodi, odnosno za odgovarajući rad i odgovarajuća naknada.[27]

Iz navedenih principa proizilazi da se u savremenom periodu osuđenički rad tretira kao značajan faktor u prevaspitavanju oduđenih lica. Da bi osuđenički rad, međutim, u potpunosti odgovorio savremenim zahtjevima, neophodno je da bude savremeno organizovanna principima rentabilnosti i ekonomske računice, ali uz očuvanje principa individualizacije tretmana prema osuđenim licima. Posmatrajući problem osuđeničkog rada sa aspekta tretmana i resocijalizacije osuđenih, u svijetu, također nailazimo na znatna odstupanja. Postoje uglavnom, tri osnovne varijante testiranja osuđeničkog rada i njegove prirode : rad kao obaveza, rad kao pravo i obaveza, rad kao pravo, a ne obaveza. U zemljama gdje je rad obavezan, osuđena lica su dužna da rade za cijelo vrijeme izdržavanja kazne lišenja slobode.[28]

Edukacija predstavlja neizostavni uslov svakog uspješnog tretmana osuđenika. Provođenjem tretmana edukacije nastoje se ostvariti uslovi za uspješno uključivanje osuđenika u normalne životne tokove po otpustu iz ustanove, razvijati njihovi moralni stavovi i samopoštovanje. Uspjeh tretmana vrlo je ograničen i poteškoćama materijalnim i kadrovske prirode koje su vrlo često vezane za zatvorske ustanove. Edukacijom odraslih osoba, u zatvoru, nastoji se ove osobe osposobiti za konkretno zanimanje i motivirati za ponovnu socijalizaciju. Osnovni zahtjev koji se postavlja pred organizatore procesa edukacije osuđenika je da taj proces mora biti usklađen sa sistemom javne nastave, a radi lakše eventualnog nastavka ovog procesa po otpustu iz zatvora. Radi udovoljenja ovom zahtjevu u praksi se primjenjuje različiti modeli izvođenja edukacije kao oblika tretmana, a naš zakonodavac je predvidio tri. Kao prvi ističemo edukaciju koja se provodi u ustanovi. Ona vrlo često može biti ograničena prethodno nabrojanim razlozima ali i malim brojem zainteresiranih za njeno izvođenje te se pristupa iznalaženju alternativa, organizovanje nastave u

[27] Vidi: Radomana, M.: *Penologija i sistem izvršenja krivičnih sankcija,* Pravni fakultet u Novom Sadu, Novi Sad, 2001.; *Penologija, Pravni fakultet u Nišu,* Beograd, 2003. i *Penologija i kazneno izvršno pravo,* Pravni fakultet u Novom Sadu, Novi Sad, 2009.

[28] Ovakvu obavezu predviđa zakonskim propisima većine većine evropskih zemalja, iako se u nekim zemljama od te obaveze izuzimaju pojedine kategorije osuđenih lica (osuđenici na kratke kazne ili politički krivci). Tretiranje rada kao prava i kao obaveze prihvata Švedska, Norveška, Danska, SSSR, bivša Jugoslavija. Treću varijantu tretiranja rada kao prava osuđenika prihvataju neke zemlje, s tim što osuđenici imaju pravo da traže omogućavanje rada, ali nisu dužni da rade. Vidi više Mlađenović-Kupčević, R., op. cit, str. 156

odgovarajućim školama u sjedištu kazneno-popravne ustanove i edukacija u smislu vanrednog školovanja.[29]

Literatura

Haller, R., Prunnlechner-Neumann, R.: *Forensische Psychiatrie –Die Rolle des Faches zwischen Medizin, Justiz und Öffentlichkeit*, Neuropsychiatrie, Band 20/Nr.1, Universitätsinstitut für Suchtforschung, Medizinische Universität Innsbruck, Dustri- Verlag, Dr. Karl Feistle, München- Deisenhofen, 2006

Kozarić-Kovačić, D., Grubešić-Ilić, M., Grozdanić, V.: *Forenzička psihijatrija*, drugo izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Medicinska naklada, Zagreb, 2005.

Kriteriji o načinu određivanja i realizacije tretmana osuđenih osoba, Federalno ministarstvo pravde, Broj: 05-24-860/98 od 02.04.1998., Sarajevo

Loga, S. i dr. : *Klinička psihijatrija,* Medicinski fakulteti u Sarajevu i Tuzli, Tuzla i Sarajevo, 1999.,

Mahmutović, Dž.: *Institucionalni tretman osuđenica u Federaciji BiH*, Magistarski rad, Univerzitet u Sarajevu Fakultet kriminalističkih nauka, Sarajevo, 2007.

Mejovšek, M.: *Temeljni problemi penološkog tretmana*, u : Mejovšek, M. : *Prema modelu intervencija u kazneni zavodima*, Edukacijsko rehabilitacijski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2001., 21-33

Milutinović, M.: *Penologija*, Izdavačko-štamparsko preduzeće „ Savremena administracija“, Beograd, 1977.

Mlađenović-Kupčević, R.: *Osnovi penologije (III dopunjeno izdanje)*, Svjetlost, Sarajevo, 2001.

Radoman, M.: *Penologija i sistem izvršenja krivičnih sankcija,* Pravni fakultet u Novom Sadu, Novi Sad, 2001.

Radoman, M.: *Penologija, Pravni fakultet u Nišu,* Beograd, 2003.

Radoman, M.: *Penologija i kazneno izvršno pravo,* Pravni fakultet u Novom Sadu, Novi Sad, 2009.

[29] Mahmutović, Dž., 2007., str. 105. Istraživanja pokazuju da osuđenička populacija, u proseku, ima veoma nizak obrazovni nivo, pa su potrebe za njihovim obrazovanjem tim izraženije. U meri u kojoj je to moguće, obrazovanje osuđenika će biti usklađeno sa sistemom javne nastave kako bi osuđenici mogli bez teškoća nastaviti svoje obrazovanje nakon puštanja na slobodu.

338.482:343.53

М-р **Звонимир ИВАНОВИЋ**[1], м-р **Оливер ЛАЈИЋ**,[1]

ТУРИСТИЧКЕ ПРЕВАРЕ

У последње време сведоци смо све чешћих случајева превара везаних за туристичка путовања и, уопште, туристичке понуде. Да ли се исти могу одредити као продукт транзиционих турбуленција? Мислимо да не. Најпре зато што се овакве преваре дешавају скоро свуда, без обзира на околности и економску ситуацију у држави. Свуда где се људска психа може злоупотребити на најразличитијим базично – егзистенцијалним основама. Тамо где се могу искористити базични али и ниски људски интереси. Неко би се нашалио овцама за шишање. Са криминолошког и криминалистичког апекта значајно је упознати се са типолошким карактеристикама и феноменолошким обележјима оваквих врста превара. Уз дато је битно навести правне оквире у којима се овакви феномени могу кретати, као и оно што се, криминално политчки, може понудити као тзв. нужна одбрана друштва у условима тржишта и закона који функционишу на њему.

Постоје различите врсте превара. Као један од могућих облика се може одредити у виду туристичких превара. Овде је у основи појавног облика карактеристика везана за посебну врсту услуге – туристичку (Можемо приметити да је Закон о туризму одређује као туристички производ), те стране тог правног односа насталог вршењем овакве услуге. Основна карактеристика овог облика преваре је, у ствари, везана за специфичан положај корисника туристичке услуге. Наиме, туриста је особа која је целе године штедела и одрицала се одређених новчаних прихода како би, у једном моменту, имала могућност да, тако мукотрпно, уштеђен новац искористи у сврхе одмора од личног рада. Са једне стране у птању је одређена – већа или мања сума новца, док је, са друге стране, у питању специфичан положај човека који ишчекује да што пре оствари свој лични одмор и уживање. Оба ова момента, или околности, веома су значајни за преваранта. У оквиру туристичких понуда можемо разликовати „илегалне и легалне преваре“ (законом дозвољене претеране рекламе и праве преваре).

Да кренемо прво са законским оквирима. Законом о облигационим односима (Службени лист СФРЈ лист СФРЈ", бр. 29/78, 39/85, 45/89 и 57/89 и “Сл. лист СРЈ”, бр. 31/93 и “Службени Лист СЦГ”, бр. 1/2003) дата је могућност употребе тзв. суперлатив рекламе по којој се може дати реклама о

[1] Криминалистицко полициска академија, Београд, Р Србија

производу истичући најбоље карактеристике, све док то не представља преваран облик рекламирања. Закон о оглашавању („Сл. Гласник РС“, бр.79/05) у чл.4. наводи да огласна порука мора да буде истинита, потпуна и одређена, у складу са законом, добрим пословним обичајима лојалне конкуренције и професионалном етиком. Закон декларативно забрањује и следеће „Огласном поруком не може да се злоупотребљава поверење, однос зависности или привржености, лаковерност, недостатак искуства или знања и сујеверје прималаца огласне поруке“ (чл.6.). У чл.30. овог закона забрањује се: 1) оглашавање којим се неистинито означава идентитет оглашивача, његова активност, производ или услуга; 2) изостављање важних података, употреба неодређених или вишезначних израза, застарелих или неажурних навода или других података који изазивају заблуду о идентитету оглашивача, његовој активности, производу или услузи (врсти, својствима, квалитету, пореклу или другим подацима о производу или услузи) и другим препорукама упућеним примаоцу огласне поруке. Закон још наводи и у чл. 31. Да се оглашавањем не могу прикривати битни недостаци, опасна или штетна својства производа, услуга или других садржаја који се препоручују примаоцу огласне поруке. Веома је интаресантно размотрити и следеће: (у члану 49.) производ или услуга не могу у огласној поруци да буду неистинито означени или означени на начин који ствара заблуду у погледу произвођача, односно даваоца услуге, цене, начина продаје, испоруке и исплате цене, порекла, квалитета, количине, употребљивости, услова гаранције, сервисних могућности, званичних признања или другог својства. Производ или услуга не могу у огласној поруци да буду означени називом који им по саставу, квалитету, количини, употребљивости или другом својству не припада. У чл.52. каже се: огласна порука не може купца производа или корисника услуге да доведе у заблуду, о стварној вредности робе или услуге, обећањем поклона. Закон предвиђа и тужбу за накнаду штете чл.100. те солидарну одговорност оглашавача и лица које је дало оглас. Лице које огласну поруку објави одговара солидарно за штету причињену огласном поруком, ако није захтевало или добило уредно попуњену декларацију у складу са чланом 11. Закона о оглашавању, односно ако је знало или је према околностима случаја морало знати да се објављивањем такве огласне поруке може проузроковати штета. Уз солидарну одговорност, појачава се одговорност оглашавача са увођењем посебног облика нехата – свесним нехатом за ту радњу. Уз ово даје се могућност примене (или захтевања привремених мера чл.101) по којој лице чије би право или интерес могло бити повређено огласном поруком може предложити да суд донесе привремену меру, у складу са законом којим се уређује извршни поступак. Ова права везана за тужбу и привремену меру припадају и организацијама за заштиту потрошача, професионалним удружењима, као и коморама. Датом одредбом би се требао побољшати положај потрошача кроз проширење круга овлашћених лица за подизање тужбе и примену привремених мера.

Министарство надлежно за послове трговине, туризма и услуга, врши инспекцијски надзор преко тржишних и туристичких инспектора. Министарство надлежно за послове здравља овакав инспекцијски надзор врши преко здравствених и санитарних инспектора. Орган јединице локалне самоуправе, односно града, надлежан за комуналне послове врши инспекцијски надзор преко комуналних инспектора. Поред овако одређеног круга лица која врше надзор рекло би се да је висок степен заштите потрошача, али да ли је то у стварности случај?

Закон о заштити потрошача („Службени гласник РС“ бр.79/05) такође предвиђа својим одредбама правила о односима између потрошача и продаваца (пружалаца услуга). Он, како му и назив говори, предвиђа заштиту потрошача у погледу манљивих услуга. Чл. 3. у оквиру основних права потрошача предвиђа, између осталог: 3)информисаност располагање чињеницама од значаја за правилан избор и заштиту од непоштене огласне поруке или ознаке на производима које могу потрошача да доведу у заблуду; 4) избор - могућност избора између више производа и услуга, по прихватљивим ценама и уз гарантовано добар квалитет; 5)глас потрошача - заступљеност интереса потрошача у процесу доношења и спровођења политике заштите потрошача, као и у поступку увођења нових производа и услуга; 6)обештећење - добијање правичне накнаде за лажно приказивање својстава прозвода и услуга, неквалитетне производе или незадовољавајуће услуге. Овај закон, такође, предвиђа и основне облике заштите у чл. 11. „Приликом куповине производа, односно коришћења услуга потрошач има право да његови економски интереси буду заштићени.“ Овим законом се преедвиђа и обавеза даваоца услуга (чл.36.) Давалац услуге је дужан да своју услугу понуди на начин којим потрошача јасно и недвосмислено обавештава о врсти и квалитету услуге према утврђеној спецификацији.Ако је поред основне услуге потребно извршити и додатну услугу, додатна услуга се може извршити само уз претходну сагласност потрошача. У случају из става 2. овог члана давалац услуге подноси измењену спецификацију којом су обухваћене све извршене услуге. Да би у чл.37. законодавац навео: цена услуге мора бити унапред утврђена на начин који потрошача не доводи у заблуду у погледу цене услуге. Овим законом су предвиђене и одређене казнене норме. Као први предвиђени чланом 77. су: привредни преступи. Новчаном казном у износу од 300.000 до 3.000.000 динара казниће се за привредни преступ правно лице ако:

8) условљава продају производа или пружање услуга продајом других производа или пружањем других услуга (члан 16. тачка 2);

9) ако не истакне обавештење о цени на начин из члана 17. став 2;

За привредни преступ из става 1. овог члана казниће се новчаном казном од 20.000 до 200.000 динара и одговорно лице у правном лицу.

У члану 78. Предвиђени су прекршаји: новчаном казном од 100.000 до 1.000.000 динара казниће се за прекршај правно лице ако:

6) потрошачу при куповини не обезбеди производе и услуге у уговореном року, а ако рок није уговорен у примереном, односно прописаном року (члан 15. тачка 6);

7) одбије да потрошачу прода производ који је изложен или на други начин припремљен за продају или одбије пружање услуге која се може обавити уколико то није у супротности са другим прописом или општеприхваћеним пословним обичајима (члан 16. тачка 1);

8) не обавести потрошача о важећој цени производа и услуга, односно истакне обавештење о цени производа и услуга којим се потрошач доводи у заблуду и стиче погрешан утисак о цени производа и услуга (члан 17. став 1. и члан 18);

14) у понуди производа и услуга електронским средствима не наведе све битне елементе из члана 27. став 1. овог закона;

15) нуди производе или услуге потрошачу изван својих пословних просторија, путем каталога, презентацијом узорка или модела, показивањем производа ради обавештавања о његовим својствима, понудом производа или услуга електронским средствима и на други начин којим се производ или услуга нуди на адреси потрошача, без претходне сагласности потрошача (члан 28);

19) не омогући потрошачу да уложи приговор у продајном објекту у коме је производ купљен, односно у коме је услуга пружена или на другом месту које је за то одређено или ако приговор не узме у поступак и по њему не донесе одлуку на начин и у роковима, прописаним овим законом (чл. 34. и 35);

20) даје нетачне, непотпуне, неосноване, нејасне или двосмислене информације о чињеницама предвиђеним овим законом или ако изразе "гаранција" или "гарантовано" или друге изразе сличне садржине користи противно условима прописаним законом или другим прописом (члан 46).

За прекршај из става 1. овог члана казниће се новчаном казном у износу од 20.000 до 50.000 динара и одговорно лице у правном лицу. За прекршај из става 1. овог члана казниће се новчаном казном у износу од 100.000 до 500.000 динара и предузетник.

У члану 79. Предвиђене су казне за предузетнике. Новчаном казном од 100.000 до 500.000 динара казниће се за прекршај предузетник ако:

7) врши продају производа за које није обезбедио пратећу документацију (гарантни лист, сертификат, техничко упутство и упутство за коришћење, доказ о пореклу производа и др.), резервне делове, континуирани

технички сервис, односно одржавање и поправку на начин утврђен овим законом (члан 13, члан 15. тач. 5) и 7), чл. 21. и 23);

8) условљава продају производа или пружање услуга продајом других производа или пружањем других услуга (члан 16. тачка 2);

9) ако не истакне обавештење о цени на начин из члана 17. став 2;

Закон о туризму („Службени гласник РС“ бр.45/05) предвиђа чланом 50. Делатношћу путничких, односно туристичких агенција, у смислу овог закона, сматра се организовање, реализовање и продаја туристичких путовања, као и обављање других послова уобичајених у туристичком промету. Члан 51. одређује туристичко путовање. У смислу овог закона, јесте унапред припремљена комбинација две или више услуга (превоз, смештај и друге туристичке услуге) у трајању дужем од 24 сата или у краћем трајању ако укључује једно ноћење, а продаје се по јединственој цени. Туристичким путовањем сматра се и вишедневни боравак који укључује коришћење само услуга смештаја у одређеним терминима и временском трајању, које се нуде и продају по јединственој цени.Такође се тврди и да издвојени обрачун или наплата појединачних услуга једног истог туристичког путовања не ослобађа путничку, односно туристичку агенцију или друго лице од обавеза прописаних овим законом.

Законом о туризму (ЗОТ) предвиђају се и врсте агенција (члан 56.) Према врсти послова које обављају агенције могу бити: 1) агенција - организатор туристичких путовања; 2) агенција - посредник. Агенција - организатор туристичких путовања је предузеће које организује и спроводи туристичко путовање, непосредно га продаје или нуди на продају, односно обавља послове из члана 53. ЗОТ. Агенција - посредник је предузеће, друго правно лице или предузетник, које продаје или нуди на продају туристичко путовање организатора путовања односно обавља послове из члана 53. став 1. тач. 2) - 12) ЗОТ. Иностране туристичке агенције могу реализовати групна туристичка путовања у Републици Србији преко организатора путовања. По члану 59. ЗОТ Лиценца се издаје предузећу: 1) које је регистровано за обављање предметне делатности; 2) које има запослено најмање једно лице са вишом стручном спремом туристичког, економског или друштвеног смера и најмање једну годину радног искуства у предметној делатности; 3) које се не налази у поступку стечаја или ликвидације; 4) коме у последњих 12 месеци није одузета лиценца из разлога наведених у члану 61. став 1. овог закона и коме није изречена заштитна мера забране обављааа делатности, за време док забрана траје; 5) које има: (1) полису осигурања за свако туристичко путовање, или (2) полису осигурања у најнижем износу од 30.000 евра (организатор путовања у земљи и иностранству), односно у најнижем износу од 5.000 евра (организатор путовања у земљи), или (3) обезбеђена средства у износу од 30.000 евра (организатор путовања у земљи и иностранству), односно у износу од 5.000 евра (организатор путовања у земљи), која се воде

на посебном динарском или девизном рачуну, или (4) гаранцију банке на износ од 30.000 евра (организатор путовања у земљи и иностранству), односно у на износ од 5.000 евра (организатор путовања у земљи); 6) које је утврдило опште услове путовања. Полиса осигурања, гаранција банке, односно средства из става 1. тачка 5) овог члана користе се за повраћај путнику разлике између уговорене цене путовања и цене путовања снижене сразмерно неизвршењу или непотпуном извршењу услуга обухваћених програмом путовања и трошкова повратка путника у случају стечаја или привремене неликвидности организатора путовања.

У члану 60 ЗОТ. Одређено је када престаје да важи лиценца: 1) истеком рока за који је донета; 2) брисањем из регистра туристичких агенција на основу захтева носиоца лиценце; 3) поделом предузећа, носиоца лиценце, на два или више предузећа. Ако организатор путовања до истека рока важења акта о утврђивању испуњености услова за обављање послова организовања туристичких путовања не поднесе захтев за поновно добијање лиценце, биће брисан из регистра агенција којима је издата лиценца. Акт о престанку важења лиценце из става 1. тачка 2) доноси министар. Акт из става 3. овог члана је коначан у управном поступку. У члану 61. ЗОТ наводи се да министар доноси акт о одузимању лиценце ако: 1) организатор путовања у периоду важења лиценце престане да испуњава услове из члана 59. овог закона; 2) је организатору путовања у периоду важења лиценце други пут у року од две године изречена правоснажна казна за прекршај из члана 122. тач. 6), 7) и 8) овог закона; 3) су услед неизвршења или непотпуног извршења општих услова путовања или програма путовања наступиле теже последице по путника (угрожавање здравља путника; није обезбеђен смештај путника или повраћај путника у земљу; путници су задржани на путовању дуже него што је предвиђено програмом путовања и др.). У члану 63. ЗОТ одређује се са је Организатор путовања дужан утврдити опште услове путовања и обезбеди програм путовања у писаној форми у складу са постојећим прописима. Организатор путовања је дужан да се придржава утврђених општих услова путовања и програма путовања. Општим условима путовања уређују се права и обавезе организатора путовања, права и обавезе путника, а нарочито права путника за случај отказа путовања, измене уговорене цене путовања, као и поступак, рокови и обавезе организатора путовања у вези са рекламацијом путника због неизвршења или непотпуног извршења услуга обухваћених програмом путовања. Програм путовања садржи следеће податке: 1) назив организатора путовања; 2) категорију и број лиценце; 3) место и датум почетка и завршетка путовања, опис одредишта путовања и периоде боравка са датумима, ако је боравак у деловима; 4) податке о врсти превоза и својствима превозног средства које се користи; 5) податке о врсти и локацији смештајног објекта, категорији према важећим прописима земље у којој се објекат налази, односно нивоу комфора, врсти и начину услуживања оброка; 6) укупну цену путовања и услуге које су обухваћене том ценом, као и износе

такса и накнада које се односе на одређене услуге, а које нису укључене у цену путовања; 7) посебне обавезе путника које су услов за реализацију путовања (здравствене, визне, административне и сл.); 8) минимални број путника ако је то услов за реализацију путовања и крајњи рок за обавештавање путника за случај отказивања. Организатор путовања дужан је да путнику стави на располагање опште услове путовања и програм путовања у писаној форми.

У случају неизвршења или непотпуног извршења услуга обухваћених програмом туристичког путовања, ЗОТ чланом 64. одређује да је организатор путовања дужан да путнику врати разлику између уговорене цене путовања и цене путовања снижене сразмерно неизвршењу или непотпуном извршењу услуга, под условом да је путник ставио приговор у року од осам дана од дана завршетка путовања. Организатор путовања је дужан да врати разлику из става 1. овог члана, у року одређеном општим условима путовања, односно програмом путовања, који не може бити дужи од 15 дана од дана подношења приговора путника.

Ова врста одговорности је код случаја Агенције посредника регулисана чланом 65. ЗОТ. Када агенција посредник нуди на продају и продаје аранжман организатора путовања, дужна је да у програму путовања и уговору са путником назначи својство у коме наступа, наведе категорију и број лиценце организатора путовања и да путнику стави на располагање програм и опште услове путовања организатора путовања у писаној форми.

ЗОТ наводи у чл.119: Туристички инспектор је овлашћен да: 1) привремено забрани обављање делатности правном лицу, предузетнику и физичком лицу које обавља делатност путничких, односно туристичких агенција, угоститељску делатност, наутичку делатност и пружа услуге у складу са овим законом, а није уписано у одговарајући регистар; 2) привремено забрани обављање послова организовања туристичких путовања предузећу које обавља послове без лиценце или престане да испуњава услове на основу којих је издата лиценца; 3) привремено забрани обављање угоститељске делатности, делатности путничких односно туристичких агенција или наутичке делатности уколико објекат, просторија и простор не испуњавају прописане минималне техничке и друге законом прописане услове за обављање тих делатности; 4) привремено забрани рад у угоститељском објекту односно објекту наутичког туризма лицу које у овим објектима послује без одређене категорије; 5) привремено забрани рад у угоститељском објекту у категорији која му је одређена ако уређење, опрема или услуге у објекту одступају од прописаних стандарда за ту категорију, а угоститељ у прописаном року није поднео захтев за разврставање у нижу категорију; 6) привремено забрани рад лицу које обавља делатност путничких односно туристичких агенција односно угоститељску делатност а нема обезбеђена стручна лица која испуњавају услове из члана 55. и члана 97.ЗОТ;

7) привремено забрани пружање услуга смештаја и исхране у домаћој радиности и у сеоским туристичким домаћинствима када утврди да физичко лице издаје туристима куће, станове, апартмане и собе, који нису категорисани у складу са одредбама овог закона или их не издаје преко овлашћеног лица; 8) привремено забрани обављање делатности правном лицу, предузетнику, односно физичком лицу у случајевима када се туристичком инспектору онемогући вршење послова надзора; 9) обавести надлежни инспекцијски орган у случају да давалац услуга смештаја није извршио обавезу из члана 38. став 3. и члана 40. ЗОТ; 10) нареди повраћај више наплаћене цене у односу на истакнуте, односно уговорене цене; 11) изрекне новчану казну на лицу места; 12) поднесе пријаву надлежном органу за учињено кривично дело или привредни преступ, односно поднесе захтев за покретање прекршајног поступка. Инспектор ће решењем утврдити време трајања привремене забране обављања делатности, односно послова, као и рок у коме су лица која обављају делатности и пружају услуге утврђене овим законом дужна да отклоне недостатке због којих је мера изречена.

Законом допуштене, тзв.„легалне преваре“ су постале део пословања већине туристичких агенција у свету. У огласима се могу пронаћи хиљаде понуда, које, заиста, изгледају одлично, али након бољег разматрања увиђа се да у приказану цену није укључено много тога, па реална цена бива, увек, много већа од оне наведене у огласима. На пример, у цену по тој логици не улазе многе аеродромске таксе, цене трошкова виза, авионске карте, транспорти до и са аеродрома итд. Овде је логика привлачења муштерија она која носи превагу у погледу правичности, но то не значи да се клијенти могу обмањивати оног тренутка када дођу у агенцију, тада им мора бити објашњен потпун правни посао. Дакле, ипак се мора ставити до знања потпуна услуга, и оно што се за њу плаћа у тој агенцији. Овде, мало пре приказивани, закон о оглашавању, потпомогнут законом о заштити потрошача даје заблуду о покривености и оваквих проблема, али то, ипак, у реалности није случај. Но, ту није крај мукама, овде не постоји обавеза о обавештавању потпуних трошкова које клијент може имати изван уговора о закупу туристичких услуга, нпр. трошкове визирања, аеродромских такси, итд. Они дефинитивно не улазе у опис правног посла који се на овај начин закључује. Следећи „легални“ трик је приказивање брошура, сниманих пре много времена, или су у питању снимљени апартмани, а на лицу места хотелијери Вас смештају у неку приземну просторију без прозора или са погледом на суседни зид или контејнер. Овде је већ у питању домишљатост и препреденост туристичких агенција и њихових агената. Наиме у уговорима се уобичајено не наводе потпуни услови које пружају хотели, већ се наводе њихове категоризације - одређене звездицама, на основу којих се закључује о квалитету услуге коју пружа дати хотел. Ова категоризација није свуда у свету потпуно изједначена. Наиме, може се десити да један хотел да би добио 4 звездице као услов има постојање два базена и одређеног броја апартмана, те се на основу

истог у датој земљи издају сертификати. Комисију која издаје овај сертификат не интересују чињенице по којима особље хотела чисти околни етисон тих базена четкама које испирају у самом базену! Наравно да би их интересовала и оваква чињеница, али за тако нешто је потребна провера хотела са много минуциознијих аспеката и ангажовање много већих потенцијала, финансијских, кадровских итд. Наравно, то се никоме не исплати.

Категоризација или, можда још боље типологија која је овом приликом направљена за свој основ има упориште у еснафским правилима, као и стандарду пажње доброг привредника. Наиме, у оквиру ове групе послова (као и скоро у свим делатностима) може се говорити о одређеним сивим зонама у којима је допуштено вршење ситних, занатлијски аморалних, облика примамљивања муштерија путем улепшавања истине. Замислите случај у којем агенција отказује резервације својем партнеру у другој држави пре доласка туриста, истог дана када једна група туриста стиже на дестинацију, законски је и то могуће, постоји обавеза накнаде штете и уз то још сијасет других обавеза које она има нису превише битне за туристе који се управо налазе на дестинацији без смештаја. Друга група превара у датој тиологији је група правих превара. Код "илегалних" (правих) превара целокупан аранжман изгледа као бајка. Нема никаквих скривених трошкова, јер у стварности нема ни аранжмана. Преваре обично почињу огласима у новинама или интернету, а ређе на радију или тв, јер преваранти, препознајући само уске циљане групе жртава, држе своје преваре у што већој тајности од опште јавности. Просто би превише штрчале уколико би се помпезно оглашавале и најављивале. Оглас може да изгледа овако: "Крстарење за две особе 500 Евра. Број места ограничен. Позовите одмах ..." Крстарење за једну особу кошта између 800 и 5000 Евра (у зависности од квалитета понуде, дестинације, агенције итд.), а овде се нуди крстарење за две особе за 500. Све изгледа сувише лепо да би било истинито, али већина људи је знатижељна па ће назвати на број дат у огласу из новина. Једно од карактеристичних правила о којима треба водити рачуна код превара, уобичајено је да уколико сувише лепо изгледа да би било стварно, у највећем броју случајева и није. Кад агенцију позовете кажу Вам да морате да купите авионске карте од њих, као и трансфере од и до аеродрома. Наравно, ту су и аеродромске таксе и, још понешто, што мора да се плати, али крстарење је 500 долара за две особе. Већина људи у овом тренутку пристаје, јер, ионако, морају купити авионске карте и платити транспорт те им је свеједно од кога ће да купе карте. Шта више, овде је још лакша ситуација, не морају да се баве посебно овим проблемом и њега решава ова агенција. Интересантно је да се на многим блоговима на интернету наводи је неколико превараната, захваљујући оваквим преварама, прешло на легално пословање а да је њихов систем са додатним трошковима касније постао правило по коме раде већине агенција. То опет личи на ону развојну путању настанка Закона о

облигационим односима и начина стварања узанси претходница овог закона. Важно је понудити нешто добро по ниској цени, а да се касније кроз друге врсте трошкова покрије разлика у цени и, на тај начин, лепо заради. Овај систем користе и продавци нових и половних аутомобила, али и агенције за продају рачунарске опреме. Један од модуса преваре је и онај код којег Вам се нуди летовање за 29,99 Евра. Ако уплатите овај износ преваранти или нестану или Вам пошаљу писмо у ком Вам се захваљују за уплату и обавештавају Вас да сте постали члан туристичког клуба и да убудуће можете уживати све погодности и попусте које њихов клуб нуди. Овај облик је веома чест и у облику такозваних спам порука на интернету.

Још један трик је и time sharing који је, још увек, популаран. Трик је да Вас позову на састанак у неки леп хотел, уз плаћену вечеру или коктел, а онда за велике паре покушавају да Вам продају у закуп: хотелске собе, апартмане или нешто слично. Право кориштења је 99 година. Ни један промотер Вам неће рећи да је тај закуп строго лимитиран и да не можете да користите апартмане или хотелске собе кад Ви зажелите. Други начин је да Вам пошаљу обавештење у коме се тврди да сте добили наградно летовање у некој земљи. Ако питате да ли се ради о time sharingu они Вам кажу да се они , између осталог , баве и time sharingom, али да ово путовање нема везе са тим. ????? Ко још нуди бесплатно летовање људима изабраним из телефонског именика? Код тиме схаринга је правило да се позивају искључиво брачни парови. Један од најпрефриганијих трикова је да, кад уплатите новац за летовање, у уговору стоји да морате отпутовати одређеног дана, јер уколико не отпутујете у назначеном року, понуда пропада а новац Вам се не враћа. Наравно, преваранти Вам отказују полазак све док не истекне датум предвиђен за полазак и Ви више не можете да добијете новац назад. Преваранти су толико безобразни и груби да ускоро изгубите вољу да вратите свој новац и једино што желите је да Вас оставе на миру. Управо овде лежи један од главних узрока појаве оваквих превара и превараната. Веома су вешти психолози, препознају границе људске воље – до којих би овакве оштећене могли гурати а да не пређу границу. Варијација ове преваре је да потпишете уговор у коме се каже да ако одустанете од путовања агенција задржава 50% од уплате за своје трошкове. Касније Вас толико излуде да Ви тражите свој новац а оних 50% прежалите уз коментар да више никада нећете пословати са оваквом агенцијом.

Ако је, рецимо, путовање за двоје, онда се често дешава да је авионска карта само за једну особу а Ви морате да купите и другу карту од њих која кошта много више него у било којој другој агенцији. Један облик је потпуна понуда, уз понуду израда виза за дату дестинацију, да би се у једном тренутку, након свих уплата и предаје пасоша (уз уредне потврде о пријему) службеница дате агенције јавила телефонским путем, усплахиреног гласа тражила од Вас пасош, који сте већ предали. Након првог шока, схватате да су два или три дана пре Вашег одласка на путовање изгубили пасоше при

чему Ви нисте у могућности да за тако кратко време прибавите нови пасош, а они нису у могућности да Вам врате новац у потпуности јер они Вама могу обезбедити понуду, док Ви нисте у стању да обавите путовање – где се прави и простор за компромисе у смислу процента који задржава агенција, или слично томе. Фаворит би могла бити једна од агенција чији су путници остали без авиона за повратак из Египта, овде још није јасно да ли је у питању превара или несрећни случај, за агенте агенције, но како било у питању је велика мука за путнике.

Као рецепт који би могао бити варијанта правенције да вас не преваре би био следеће. Зато ако планирате да путујете, идите лично у туристичку агенцију и тамо изаберите дестинацију из њихове понуде. После тражите да Вам се каже шта је све укључено у цену, какав је смештај, колики су порези, и на крају, колико кошта комплетан аранжман. Ако ста заинтересовани, све тражите да Вам се достави написмено. Тражите ваучер, то је Ваше право. Наравно, ни ово Вас не може у потпуности заштитити, али представља један корак напред. Нико овде није желео да у негативном контексту прикаже туризам у Србији или изван државе, већ да се укаже на могуће моменте које криминалци могу искористити. Овај феномен је утолико значајан уколико се на различитим манифестацијама које укључују туристичке раднике и оне који воде бригу о будућности туризма у Србији разматра и овај аспект дате појаве у окружењу.

327.36:005.344

М-р **Драган ТРИВАН**[1]

1. МОДЕЛ КООРДИНАЦИЈЕ КОРПОРАТИВНЕ БЕЗБЕДНОСТИ

Координација као процесна функција руковођења у корпоративној безбедности има за циљ успостављање складних односа између елемената сектора безбедности у корпорацији и његових активности у току извршења задатака до постизања заједничког циља. Другачије речено, то је стварање складних односа у функционисању сектора корпоративне безбедности, којима се остварује складно функционисање њених организационих делова у току извршења задатка по месту, времену и по ангажовању људи и материјално-техничких средстава. Међутим, ова функција руковођења подразумева и остваривање сарадње сектора безбедности у корпорацији са другим безбедносним националним и наднационалним институцијама. Ова функција руковођења реализује се и у току осталих функција руковођења (у планирању, организовању, наређивању и у контроли). С обзиром да се о координацији, која се може поделити на садејство и сарадњу, веома мало писало у савременој теорији безбедности, за потребе овог рада преузети су основни постулати о координацији које је у својим стручним радовима приказао Обрад Стевановић. Он је координацију првенствено посматрао у полицијским системима, али пошто су полицијски системи, као државни безбедносни системи, веома слични корпоративној безбедности, као приватној безбедности, за потребе овог рада преузети су ставови Обрада Стевановића који су модификовани и прилагођени овом истраживању.

1.1. Појам координације

Координација као појам означава усклађивање деловања два или више учесника у једном процесу, односно усклађивање и усмеравање интеракције између елемената неког система ради остварења постављених или усвојених циљева. За појам координације најчешће се везују процеси организационих усмеравања односно појмови као што су интеграција или кооперација. Према мишљењу Џејмса Монеја „координација је процес којим се интегришу активности појединих сектора да би се ефикасно реализовали циљеви. Без координације људи губе представу о улози коју имају у целокупној орга-

[1]Потпредседник Привредне коморе у Београду, Р Србија

низацији и долазе у искушење да крену путем интереса сопствених сектора на штету организационих циљева. Координација представља уредну организацију групних напора да би се постигла уједначеност у раду с циљем остварења заједничке намере".[1]

Према наведеном, координација у корпоративној безбедности означава усклађивање деловања, односно усклађивање и усмеравање интеракције између елемената система корпоративне безбедности – што представља садејство, али и са осталим организационим деловима корпорације и другим безбедносним и државним институцијама - сарадњу, ради остварења постављених или усвојених циљева корпоративне безбедности.

Обим и врста координације у корпоративној безбедности зависе од природе задатака који се обављају и степена међузависности људи у различитим јединицама које их обављају. Када је за обављање задатака потребна или корисна комуникација између јединица, тада је потребна и координација. Када је размена информација мање значајна, задатак се може обавити и са мање координације. Исто тако, висок степен координације од веће је користи за рад који није рутински и који је теже предвидив, за рад код којег се фактори окружења мењају и за рад код којег је међузависност елемената организације велика.

Различити су приступи за постизање ефикасне координације у корпоративној безбедности. Најчешће се прихвата да је кључ за ефикасну координацију интензивно комуницирање између елемената система безбедности и између система и елемената из окружења. Она је незамислива без размене безбедносних података. Што је природа задатка у којем треба координирати нејаснија, то је потреба за разменом информација и за координацијом већа. Добрим и правилним процедурама међусобног комуницирања омогућава са потчињенима да брзо и ефикасно решавају питања међусобне координације уопште или при извршењу конкретног задатка.

Када се број контаката између појединих организационих јединица повећава, решење координације обично се тражи у успостављању трајних веза између њих које се некада могу успоставити по принципу „врућих линија". Менаџери безбедности су ефикасни ако добро познају проблеме, потребе, одговорности и недоумице своје јединице и јединице са којом је неопходно координирати активности.

Најбоља координација ипак се остварује присуством менаџера безбедности на месту извршавања задатка, односно обиласком радних места. Примењујући ову технику, менаџери безбедности део времена проводе тако што обилазе секторе и организационе јединице, координирајући њихов рад на лицу места.

[1] James Mooney: The Principles of organization reved (New York: Harper&Brothers, 1947) PB.

1.2. Врсте координације

Координација се може класификовати према организационим и формалним карактеристикама. У организационом смислу координација може бити а)интерна и б)екстерна. *Интерна* координација остварује се између унутрашњих елемената организације и може бити 1)вертикална, 2)хоризонтална и 3)дијагонална, док се *екстерна* координација остварује са елементима и системима из окружења.[2]

Виши нивои руковођења у корпоративној безбедности тако усклађују активности у својој линији рада, одређујући временске и просторне димензије задатка и интервенишући у случајевима временског и просторног одступања у његовој реализацији. Таквом активношћу менаџера безбедности највиших нивоа руковођења према потчињенима остварује се *вертикална* или *линијска* координација. У корпоративној безбедности она се огледа сарадњом сектора физичког и сектора техничког обезбеђења, сектора техничког обезбеђења и сектора заштите на раду, као и других сектора који нужно сарађују.

Свака организација са више организационих нивоа, захтева координацију активности између руководилаца и њихових организационих јединица истог нивоа. У корпоративној безбедности је посебно значајна таква координација између суседних територијалних организационих јединица у току извршавања јединственог задатка на територији више таквих јединица, чиме се реализује *хоризонтална* координација, која се може сматрати садејством.

За корпоративну безбедност је карактеристична и функционална зависност и повезаност елемената организације који нису везани ни вертикално ни хоризонтално, већ линијом стручног усмеравања. Координација по овим стручним везама представља *дијагоналну* или *функционалну* координацију.

Систем који остварује интерну координацију у све три наведене димензије је стабилан и успешно опстаје у окружењу. Стабилност система тако долази изнутра, а систем којем недостају наведене компоненте координације склон је дезорганизацији. Добром координацијом успешно се надокнађује недостатак времена и средстава, а добро осмишљено функционисање организације увек се заснива на основама добре координације.

Међутим, поједине задатке корпоративне безбедности није могуће успешно извршити само ангажовањем и координацијом елемената сопствене организације. Тако, приликом заштите информатичке безбедности и тајности података, сарадња се остварује са предузећима за телекомуникацију и разним безбедносним агенцијама. Сличан однос је између сектора корпоративне

[2] Стевановић Обрад, *Руковођење и командовање*, Полицијска академија, Београд, 1999.

безбедности и правосудних органа због консултација у вези могућих поднетих кривичних пријава против учиналаца кривичних дела на штету корпорације. У обављању таквих и сличних послова менаџери безбедности у корпорацији остварује координацију са елементима из окружења корпоративне безбедности. Таква координација представља *екстерну* координацију, односно усклађивање рада, сарадњу, заједнички рад или садејство сектора корпоративне безбедности и других организационих елемената изван корпорације при извршавању заједничког задатка. Овај вид координације назива се сарадња.

У формалном смислу координација се може испољавати као: а)усмеравање рада, б)сарадња, в)обједињавање рада, г)заједнички рад, д)испомоћ и ђ)садејство. Обједињавање рада и испомоћ спадају у вертикалну област координације, коју реализују виши нивои руковођења према нижим нивоима руковођења. Усмеравање рада је најчешће функционална или дијагонална област координације, док сарадња, заједнички рад и садејство спадају у хоризонталну област координације, мада често проистичу из одлуке виших нивоа руковођења.

1.3. Обележја координације

Координацијом се у сваком систему усклађују процеси материјалног, енергетског или информационог карактера. Токови материје, енергије и информација везују се за *просторна и временска обележја* сваке координације. По овом принципу, могу се одредити и обележја координације у корпоративној безбедности.

Свака тачка у простору обележена је географском ширином, географском дужином и апсолутном висином, а све организационе активности одвијају се у неком простору у коме те активности треба ускладити између организационих јединица и подјединица. Обележја простора чине: а)границе, б)правци, в)линије, г)објекти, д)тачке, ђ)рејони и е)зоне.

Границе координације у корпоративној безбедности могу бити природне (а)географске – топографске), б)вештачке и в)административне. За природне границе најчешће се користе реке, долине, косе, гребени, ивице шума и слични географски линијски објекти. Вештачке границе су најчешће ограде, зидови, улице, далеководи и слични линијски вештачки објекти. Административне границе су границе између месних заједница, општина, округа, региона, покрајина и других административно-територијалних целина, републичке и државне границе, као и границе месне надлежности, односно зоне одговорности појединих државних органа. Овим границама се у корпоративној безбедности одређује територија за коју је надлежна поједина организациона

јединица у систему корпоративне безбедности, као и граница надлежности сектора корпоративне у односу на сектор јавне – полицијске надлежности.

Правцима се означава смер извођења акције у простору. Ако акцију изводи сложена јединица у широј зони, одређује се више праваца, од којих је један увек главни. Правац се означава тачкама или објектима.

Линије спајају више тачака или објеката у простору извршења задатка фронтално распоређених у односу на правац – смер извршавања задатка. Помоћу линија означава се подела задатака на ближе, следеће и наредне.

Објекти су природне или вештачке творевине у рељефу, у зони извршења задатка, које су битне за извршење задатка. Могу се обезбеђивати, бранити, осматрати или се њима могу обележавати правци и линије.

Тачке су бездимензионална обележја у простору којима се означавају правци, линије, границе, или се помоћу њих додељују задаци и откривају појаве у простору, а нису значајне с аспекта заштите или освајања.

Рејони су шири простори који се обележавају са три тачке и често се користе као координациона обележја, ради означавања распореда јединица у простору.

Зона је део простора који обухвата неколико праваца и рејона. Обележава се са четири тачке, односно левом и десном границом са по две тачке. Подељена је правцима и линијама и садржи рејоне као уже просторне целине. Полазећи од овог просторног обележја, често се утврђују зона задатка, надлежности или одговорности јединице. На овај начин се у корпоративној безбедности одређују зоне противпожарне заштите, зоне физичког обезбеђења и друго.

Време као моменат и ток карактеристично је за сваку активност и основни је фактор сваког задатка. С аспекта координације време се користи као моменат почетка или завршетка извођења акција или за усклађивање активности учесника током извођења задатка.

Временском координацијом активности организационих јединица обезбеђује се складна временска динамика њиховог увођења у заједнички задатак, тако да се њихове активности међусобно допуњују без ометања, до реализације циљева. Време укључења појединих елемената организације у задатак може бити унапред одређено, или се за то могу користити сигнали, команде, шифроване поруке и други информативни елементи.

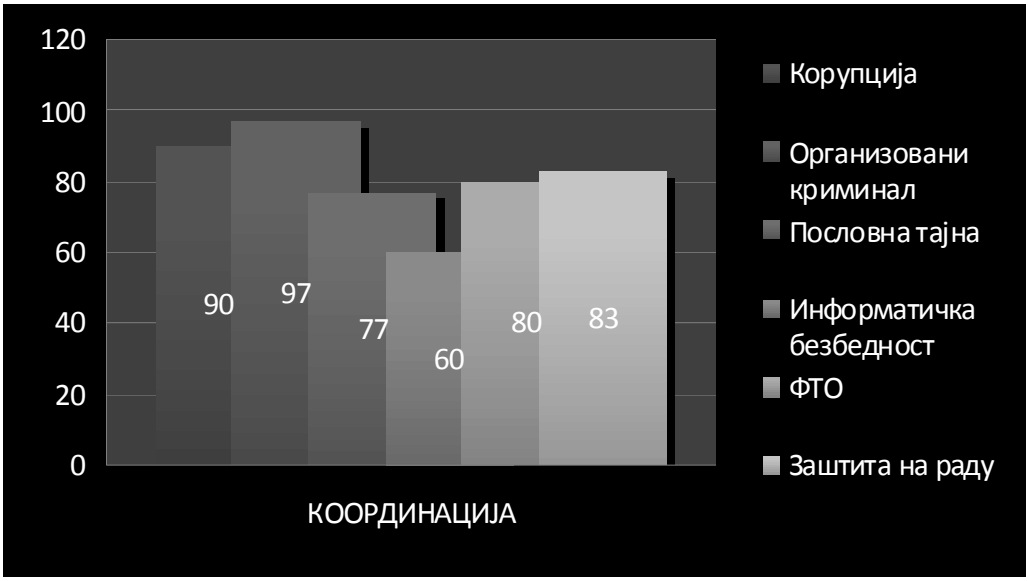
1.4. Планирање координације

Координација се реализује и у фази планирања. С друге стране, координација се може планирати. Просторна координација се планира када више елемената сектора безбедности у корпорацији извршава заједнички задатак у истом времену, а на различитом простору, чиме се обезбеђује да они одређен задатак изврше једновремено на различитим тачкама у простору. Карактеристични примери за то су једновремено улажење и прегледање више просторија на различитим местима ради проналажења предмета кривичног дела које је учињено на штету корпорације.

Временска координација се планира када више елемената организације при извршавању задатака користи исти простор у различитом времену, чиме се простор плански и рационално користи без преклапања термина и међусобног ометања у току коришћења одређеног простора. У том смислу карактеристични су планови коришћења стрелишта, спортских објеката, полигона, вежбалишта или учионица, у току дана, недеље, месеца или године.

1.5. Резултати емпиријског истраживања

У емпиријком делу магистарског рада, у интервјуу је испитаницима постављено питање: „Да ли и у ком домену координација, као процесна функција безбедносног менаџмента у корпоративној, безбедности утиче на спречавање угрожавања безбедности корпорације?“. Анализом добијених одговора (графикон бр.10) утврђено је да 27 испитаника (90%) сматра да послови менаџера безбедности који у корпорацијама врше издавање наређења треба да буду усмерени на спречавање корупције, 29 испитаника (97%) сматра да треба да буду усмерени ка спречавању организованог криминала, 23 испитаника (77%) ка заштити пословне тајне, 18 испитаника (60%) ка информатичкој безбедности, 24 испитаника (80%) ка процени физичко-техничког обезбеђења и 25 испитаника (83%) ка процени угрожености здравља на раду.



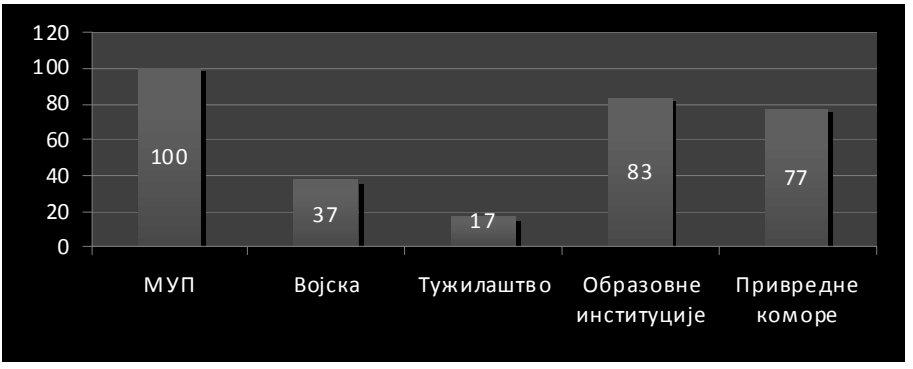
Графикон бр.10: Резултати примене функције координације на сузбијање појединих штетних последица по безбедност корпорације

На питање испитаницима: „На који начин се остварује сарадња, као вид координације сектора безбедности у корпорацији са другим организационим деловима корпорације ради несметаног функционисања система безбедности?“, 8 од 30 испитаника (27%) је одговорило да се координација остварују заједничким пројектима, 12 испитаника (40%) је изјавило да се координација остварује непосредним разговорима по безбедносним сегментима у корпорацији, наводећи да ту сматрају координацију у изради планова информатичке заштите, физичко-техничког обезбеђења, спречавања корупције организованог криминала и заштите на раду. На основу изјава 10 испитаника (33%) добијени су резултати који указујуна то да се у корпоративној безбедности координирају и други послови безбедности и то тако што се потребна сарадња остварује електронским путем. Наведени резултати приказани су на графикону бр.11.



Графикон бр.11: Начин остваривања сарадње сектора безбедности у корпорацији са другим организационим деловима корпорације

Испитаницима је постављено питање: „Са којим државним институцијама сектор безбедности у корпорацији остварује сарадњу и на који начин?“, а анализом добијених одговора (графикон бр.12) утврђено је да 30 испитаник (100%) сматра да сектор безбедности у корпорацији остварује сарадњу са Министраством унутрашњих послова (сектори за привредни и организовани криминал, ванредне ситуације), 11 испитаника (37%) са војском, 5 испитаника (17%) са тужилаштвом, 25 испитаника (83%) са образовним институцијама (факултети, академије, институти) и 23 испитаника (77%) са привредном комором.



Графикон бр.1: Начин остваривања сарадње сектора безбедности у корпорацији са другим институцијама

Резултати одговора испитаника на питање „На који начин сектор безбедности у корпорацији остварује сарадњу са приватним сектором безбедности?" говоре да сви испитаници сматрају да се та сарадња одвија са а)Предузећима за физичко обезбеђење, б)Предузећима за техничко обезбеђење, в)Предузећима за информационе технологије и г)Детективским агенцијама (слика бр.6).



Слика бр.6: Сарадња сектора безбедности у корпорацији са приватним сектором безбедности

1.6. Закључак

Координација у корпоративној безбедности, као процесна функција руковођења, представља усклађивање деловања, односно усклађивање и усмеравање интеракције између елемената система корпоративне безбедности – што представља садејство, али и усмеравање интеракције са осталим организационим деловима корпорације и другим безбедносним и државним институцијама – што представља сарадњу ради остварења постављених или усвојених циљева корпоративне безбедности. Кључ за ефикасну координацију је интензивно комуницирање између елемената система безбедности и између система и елемената из окружења.

Координација је незамислива без размене безбедносних података. Што је природа задатка у којем треба координирати нејаснија, то је потреба за разменом информација и за координацијом већа. Добрим и правилним процедурама међусобног комуницирања омогућава са потчињенима да брзо и ефикасно решавају питања међусобне координације уопште, или при извршењу конкретног задатка.

Координација се може класификовати према организационим и формалним карактеристикама. У организационом смислу координација може бити а)интерна и б)екстерна. *Интерна* координација остварује се између унутрашњих елемената организације (садејство) и може бити 1)вертикална, 2)хоризонтална и 3)дијагонална, док се *екстерна* координација остварује са елементима и системима из окружења (сарадња). У формалном смислу координација се може испољавати као: а)усмеравање рада, б)обједињавање рада, в)заједнички рад и г)испомоћ.

Координација има своја обележја која у систему корпоративне безбедности усклађују процесе материјалног, енергетског или информационог карактера. Ово су просторна обележја и чине га:

Координација у корпоративној безбедности може се класификовати и на а)просторну и б)временски координацију. *Просторна* координација се планира када више елемената сектора безбедности у корпорацији извршава заједнички задатак у истом времену, а на различитом простору, а *временска* координација се планира када више елемената организације при извршавању задатака користи исти простор у различитом времену.

На основу свега наведеног, може се сачинити модел координације као процесне функције руковођења у корпоративној безбедности:

А) Садејство – интерна координација

1)вертикална координација,

2)хоризонтална координација и

3)дијагонална координација

Б) Сарадња – екстерна координација

1)усмеравање рада,

2)обједињавање рада,

3)заједнички рад и

4)испомоћ.

В) Обележја координације

а)границе,

б)правци,

в)линије,

г)објекти,

д)тачке,

ђ)рејони и

е)зоне.

Г) Просторна координација

Д) Временска координација

Према резултатима спроведеног истраживања, постоји јединствен став испитаника да основна пажња менаџера безбедности у корпорацијама приликом координације треба да буде усмерена на спречавање корупције, организованог криминала, одавања пословне тајне, заштиту информатичке безбедности, физичко-техничко обезбеђење и заштиту на раду. Према њиховом мишљењу, менаџери безбедности који у свом раду примењују координацију нису довољни обучени и оспособљени за обављање тог посла, а такође сматрају да у наставним плановима и програмима високошколских установа које се баве едукацијом будућих менаџера безбедности, нису у довољној мери заступљени садржаји координације који би својим образовним профилом утицали и на радни профил менаџера безбедности у корпорацијама. Заједнички став испитаника је да би у наставне планове требало додати садржаје који се односе на координацију у корпорацијама.

На основу предложеног модела и резултата емпиријског истраживања, потврђена је пета посебна хипотеза да модел координације корпоративне безбедности, који обухвата садејство и сарадњу, представља један од кључних чинилаца усаглашавања образовног и радног профила стручњака за обављање послова безбедности у корпорацијама ради спречавања корупције, организованог криминала, одавања пословне тајне, заштите информатичке безбедности, физичко-техничког обезбеђења и заштите на раду.

343.359 : 323.28

Асс. м-р **Атанас КОЗАРЕВ,**
М-р **Ивица СИМОНОВСКИ**[1]

СИСТЕМОТ ЗА СПРЕЧУВАЊЕ НА ФИНАНСИРАЊЕ ТЕРОРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА – КЛУЧЕН ЕЛЕМЕНТ ВО РАНАТА ПРЕВЕНЦИЈА ОД ТЕРОРИЗМОТ

Апстракт

Од особено значење е воспоставувањето на ефикасен систем за спречување на финансирање тероризам. Република Македонија ги увиде последиците кои што настанаа со самото изведување на терористичките напади од 11 септември 2001 година врз Светскиот трговски центар, па оттаму како држава-кандидат за членство во ЕУ и НАТО, придружувајќи се кон заедничките позиции на ЕУ, го конструира и го гради системот за спречување на финансирање на тероризам. Придржувајќи се кон Третата ЕУ директива, 40-те препораки, 9-те специјални препораки на FATF и последниот извештај на експертската група на MONEYVAL, Република Македонија воспостави ефикасен систем за контрола на финансискиот систем внатре во државата, како и ефикасен систем за контрола на готовина на граничната линија при Царинската контрола за границите. Од особено значење е спроведувањето на меѓународните рестриктивните мерки со кои за одредени ентитети, терористи или терористички организации кои се утврдени од релевантни меѓународни институции, се воведуваат забрани за отварање на сметки, купување на имот, тргување со хартии од вредност и сл.

***Клучни зборови**: тероризам, фази, финансирање на тероризам, терористи, терористички организации, методи на финансирање, контрола на финансискиот систем, законодавство, соработка.*

1. Геостратегиска и геополитичка положба на Република Македонија од аспект на конфликтна- терористичка поврзаност

Со распламтувањето на граѓанските конфликти на Балканот, кои по принципот на "домино ефект" го зафатија речиси целиот регион, започнувајќи

[1] Управа за спречување на перење пари и финансирање на тероризам – Скопје;

од Словенија, па се до Македонија, го наплатија "данокот во крв" со тешки разурнувања, етнички чистења, масовни егзодуси, злосторства, но и со тотален хаос за време на нивното кулминирање. Балканот, вклучувајќи ја и Република Македонија станаа топ тема во сите воено – политички и безбедносни коментари, проценки, анализи и прогнози, а со својата драматика направија "брз и жесток продор" на жешката глобална политичка сцена што ќе даде значаен белег на последната декада од изминатиот век.

Балканското подрачје остана сеуште нерешлива енигма, нешто што на прв поглед не беше видливо. Се уште тлее големата и опасна закана која уште долг период ќе биде кризно жариште, пред се загрозувајќи ја стабилноста и безбедноста на регионот, со тенденции и аспирации кон западот. Европската демократија постепено ќе биде загрозувана од големата "терористичка санта мраз" што се откина од Средниот Исток и се насочи кон Европа via Балканот.[2]

Република Македонија "срцето на Балканот" според својата природна и географска положба, претставува крстосница на главните патишта на тероризмот и другите актуелни зла на современиот свет од Азија, Африка и Блискиот Исток кон Европа.

И покрај сите напори за заштита на границата и елиминирање на овие закани, Република Македонија е свесна дека не може сама да ги реши транснационалните опасности, меѓу кои припаѓа и меѓународниот тероризам, без помош и соработка со своите соседи и меѓународната заедница. Во таа насока, Република Македонија ги насочува и своите активности за зачленување во сите колективни безбедносни системи во регионот, Европа и светот, а често пати е и иницијатор и домаќин на одржување на разни самити, иницијативи и други облици на договарање меѓу државите за зголемување на колективната безбедност, на кои што средби најчеста тема е борбата против транснационалните ризици и опасности, меѓу кои, водечка улога има тероризмот.

2. Пристапот кон борбата против тероризмот

Терористичките напади од 2001 година отворија широки дебати од двете страна на Атлантикот. Наспроти заканата која според природата е, пред се, анонимна, непредвидлива и недржавна, а од друга страна пак, на

[2] Целта е ширење на милитантниот исламистички фундаментализам во подрачјата каде живеат претежно муслимани но и во економско загрозени подрачја во кои е можна лесна манипулација со населението. Стратегијата предвидува Балканскиот регион да послужи како отворена порта – мост за трансфер на новата безбедносна закана од Средниот Исток кон Европа, а преку Европа кон САД. Всушност таа стратегија е врежена и во планот "2020" на Ал Каеда.

стратегиски план, традиционалните правила на игра речиси и да не се функционални, големите сили паднаа на колена од неможноста да изградат ефикасен систем за одбрана од тероризмот.

Можеби, затоа што тероризмот не беше доволно истражуван! Големите сили наметнаа два различни антагонистички пристапи кон феноменот наречен "*тероризам*". Американците сметаа дека само преку "војна" со масовна мобилизација и обединување на сите расположливи ресурси ќе се постигне ефект. Другиот пак, Европскиот, предвидуваше решавање на проблемот преку "управување со ризици".[3]

Ако ги анализираме ефектите од овие два пристапа, ќе заклучиме дека таквите стратегии паднаа во вода од два аспекти:

- Прво, ако зборуваме за војна, и со прогласувањето на "војната против тероризмот", тогаш се дава до значење, дека терористичката организација Ал Каеда е легитимна завојувана страна во самата таа војна. Меѓутоа, Ал Каеда не е воена, туку терористичка организација. Така да, поимот "војна" укажува дека прашањето Ал Каеда, треба да се реши на војувалиште, со војни средства. Но, тероризмот не се случува на војувалишта и на војни полиња. Тоа е феномен кој се генерира од политичкото подрачје. Тероризмот се наоѓа во "сива зона", помеѓу политиката и војната, а тоа е подрачје во кое ни моќните држави како САД, се уште не утврдиле конкретни чекори како одговор за дејствување. Се разбира, останува и прашањето дали либералните демократии како најсовршен облик на живеење на современиот човек воопшто се способни за ефикасно дејствување на тоа подрачје?
- Второ, водењето на политика на реакција е погрешно. Што значи, државите водејќи акциона политика односно политика на превенција и рано предупредување, треба да превземаат мерки и активности преку кој ќе воспостават ефикасен систем за спречување на тероризам.

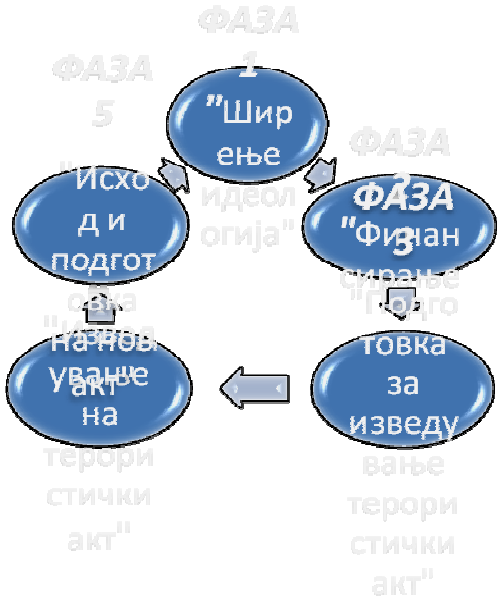
Практиката покажа и докажа дека, терористите не се само одредена група на ментално заостанати луѓе, туку и високо образовани и интелегентни луѓе кои често користат мислења и консултации од експерти и консултанти и кои не секогаш употребуваат огнено оружје за да дојдат до својата цел.[4]

[3] The reader's guide: Deepending Relations, NATO Office of Information and Press-Brussels, Brussels, 2006, p. 22.

[4] Познати ни се случувањата со смртоносно вирусната бактерија "антракс" која однесе многу човечки животи, а при тоа не беше употребувано оружје. Исто така познати ни се случувањата

Организирањето и спроведувањето на терористичките акти најчесто е софистициран и сложен процес. Самиот чин започнува со стекнување на приходи, кои ќе бидат употребени за терористички напади, јакнење на режимите во одредени држави како и за финансирање на терористите кои делуваат во домашни рамки.

Кога велиме дека се финансира терористичка организација или терористички акт, мора да констатираме дека финансирањето не го опфаќа само процесот на изведување на терористичкиот акт, тука мора да ги опфатиме сите фази на тероризмот. Финансирањето започнува од самото обезбедување на логистичката поддршка која опфаќа опрема, храна, стручна литература, видео касети, облека, телефон, експлозивни направи, како и изградба на објекти за учење на идеологијата. Кога овие фази ќе поминат, веќе се создадени поволни услови за изведување на терористичкиот акт. Но, не мора секогаш да поминат сите тие фази за да се изведе терористички чин. И најчесто, овие фази важат за колективниот тероризам, додека кај индивидуалниот тероризам најчесто се избегнува првата фаза, а тоа е ширењето на идеологијата.

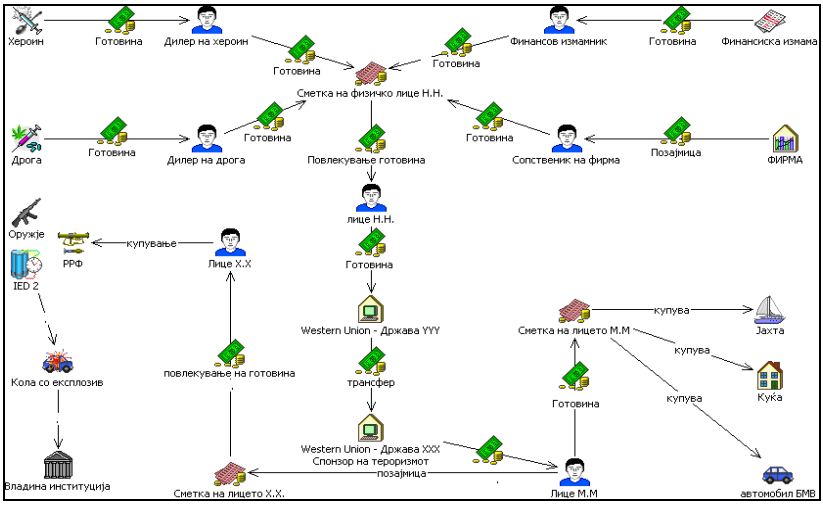


Сл.1 Фази на тероризмот

со птичјиот и свинскиот грип кој после неколку истражувања се докажа дека бактериите се направени во лаборатории и дека свесно се пуштени во општеството. Опасноста која демне од хемиско и биолошко "условно речено" оружје е опасност на која мора експертската јавност да истражува дополнително. Појавата на агро и био тероризмот се нови појави во 21 век, за кои државите треба да изнајдат соодветни механизми за да се реши овој проблем.

3. Извори на финансирање на тероризам

Собирањето на финансиските средства кој ќе бидат употребени за терористички цели, може да биде од легални или од нелегални извори.



Сл.2 Начини на финансирање на терористички акт

Од прикажаното можеме да забележиме дека финансирањето на терористичкиот акт опфаќа собирање на средства кои потекнуваат од легално и од нелегално потекло. Истите средства се внесуваат во финансискиот систем и преку процес на перење пари паричните средства се трансферираат преку повеќе сметки во друга држава. До тука можеме да го следиме трагот на парите. Проблемот настанува кога паричните средства се повлекуваат во готовина. Од тој момент, се губи секаков траг на паричните средства. Се поставува прашањето "Каде завршуваат тие средства"? Истите, на т.н. "црн пазар", се употребуваат за купување на добра за логистичка поддршка, експлозивни материјали, изградба на кампови, објекти, оружје и сл. Ваквиот начин на следење на паричните средства создава огромна тешкотија од едноставна причина што циркулацијата на паричните средства во готовина не може да биде детектирана и откриена ни со најсофистицираните системи за ефикасна борба против финансирањето на тероризмот.

Во тој случај од особена важност е постоењето на Финансиско разузнавачката единица која навремено ќе ги детектира трансакциите за кои постои сомнение дека со нивното натамошно трансферирање се врши финансирање на одреден терористички акт и да ги извести органите на прогон, со цел нивно понатамошно постапување.

Финансирањето на тероризмот треба да се открие на терен. Причината за тоа е што, сите држави веќе имаат воспоставено систем за спречување на финансирање тероризам, така што преку тој систем се преземаат мерки и активности со цел терористите и терористичките организации да немаат можност да отвораат банкарски сметки. Во тој случај имаме циркулација на парични средства во готовина преку која се врши финансирање. Тука се јавува потреба од примена на специјални истражни мерки од страна на полициските служби кон физичките и правните лица. Во таа насока, лицата за кои постои основано сомнение дека вршат финансирање на тероризам, ќе бидат ставени под постојан мониторинг, по претходно донесена решение од страна на истражниот судија, кој вклучува физичко следење, следење на телефонските разговори, следење на електронските разговори итн., се до целосното собирање на докази со кои се докажува финансирањето на тероризмот.[5]

4. Системот за спречување на финансирање на тероризам во Република Македонија

Република Македонија поставена пред предизвикот за спротивставување на активностите на терористичките организации и спречување на нивните штетни ефекти врз националната безбедност, по настаните од 11 септември 2001 година, активно е вклучена во борбата против тероризмот, приспособувајќи го домашното со европското и меѓународното законодавство како и со учество во мисиите на широката коалиција за борба против тероризмот.

Меѓутоа, погоре веќе наведовме дека тероризмот не може да се уништи само со воени средства. Ефикасноста на домашното законодавство и воспоставувањето на ефикасен систем за спречување на финансирање на тероризам, во голема мера ќе ги поткопа темелите на кој се заснова процесот на тероризмот.

Република Македонија препознавајќи го проблемот со тероризмот го поставила и континуирано го надградува системот за превенција, контрола и сузбивање на финансирањето на тероризмот.Со одлука на Владата на РМ, во 2001 година, се формира Дирекција за спречување на перење пари, која започна со работа на ден 01.03.2002 година. Со последните измени во Законот за спречување на перење пари и финансирање на тероризам од 2008 година, Дирекцијата го трансформира својот статус и назив во Управа, како

[5] Закон за кривична постапка, (“Службен весник на РМ, бр.15/05”);

орган во составот на Министерството за финансии со својство на правно лице.

Управата е администеративен тип на единица за финансиско разузнавање која има основна задача да прибира, обработува, анализира, чува и доставува податоци за перење пари[6] и финансирање на тероризам добиени од субјектите.

Во таа насока, Управата има задача благовремено да ги препознае обидите за перење пари и финансирање на тероризам, истите да ги осуети и да го спречи влезот на валканите пари во легалната економија или да го спречи финансирањето на тероризмот.[7]

Системот за спречување на финансирање на тероризам е поставен врз три столба.

4.1. Столб 1 - Субјекти

Првиот столб, или условно речено првиот бедем кој директно се поставува пред финансиерите на тероризмот го сочинуваат субјектите согласно член 5 од Законот за спречување на перење пари и други приноси од казниво дело и финансирање на тероризам(во натамошен текст Закон за СППФТ). Тие имаат задача да превземаат мерки и дејствија за откривање и спречување на финансирање на тероризам, кои се состојат од:

- Анализа на своите клиенти;
- Следење на одредени трансакции
- Собирање, чување и доставување на податоци за трансакциите и клиентите кои ги вршат и
- Воведување на внатрешни програми за имплементација на мерките и дејствијата за спречување на финансирање на тероризам.

[6] Етиологијата на перењето пари започнала некаде во дваесеттите година на XX век кога чикашките криминалци на Ал Капоне "нечистите" пари ги прикажувале како дневен промет во новоотворените перални за облека. Во 1945 година мафијашите Мајер Ленски и Багзи Зигел нелегално стекнатите пари од проституција и комарот ги искористиле за купување на еден хотел во Лас Вегас, а од шеесетите години на XX век парите кои треба да се "исперат" најчесто резултираат од бизнисот со дрога, нелегална трговија со оружје, уметнички дела, благородни метали, органи од човековото тело и сл. Во поново време испраните пари потекнуваат од даночно затајување, фиктивно работење и сл.

[7] Стратегија за спречување на перење пари и финансирање на тероризам, Цетис Принт-Скопје, Скопје, 2008, стр.5-8.

Субјектите се должни да спроведуваат процедура на анализа на своите клиенти во случаи кога се воспоставува деловен однос, кога се извршуваат една или неколку поврзани трансакции во износ над 15.000,00 евра во денарска противвредност или повеќе, кога постои сомнение за финансирање на тероризам без оглед на износот на паричните средства и кога постои сомневање за вистинитоста или адекватноста на претходно добиените податоци за идентитетот на клиентот. Меѓутоа, најчесто финансиерите на терористичките организации делуваат преку посредници со цел да не бидат идентификувани од страна на финансиските институции. Воочувајќи го тој проблем, финансиските институции треба да извршат идентификација на клиентот и верификација на неговиот идентитет, од особена важност е да го идентификуваат крајниот сопственик и ополномоштувачот и верификување на неговиот идентитет, сопственичката и управувачката структура, да обезбедат информации за целта и намерата на деловниот однос или трансакцијата и да вршат постојан мониторинг на деловниот однос, кој вклучува детален преглед на трансакциите кои се преземаат во рамките на тој однос со цел да се потврди дека трансакциите се вршат согласно намерата, деловниот и ризичниот профил и финансиската состојба на клиентот и ажурирање на податоците на клиентот.

Доколку при спроведувањето на мерките и дејствијата за спречување на финансирање на тероризам, субјектите утврдат основи за сомнение за финансирање на тероризам, доставуваат Извештај за сомнителна трансакција до Управата за спречување на перење пари и финансирање на тероризам. Во тој извештај се содржани податоци за трансакцијата, клиентот и крајниот корисник како и основот на сомнението. Утврдувањето на сомнението за финансирање на тероризам, субјектите го утврдуваат врз основа на претходно изготвени индикатори од страна на Управата која ги изготвила во текот на своето работење или од меѓународното искуство и ги доставува до субјектите.

Согласно законот, субјектот доколку основите на сомение за финансирање на тероризам ги сознал пред да се реализира трансакцијата, веднаш ја известува Управата, а трансакцијата ја задржува до 2 часа од известувањето на Управата.

Кога субјектот основите за соменение за финансирање на тероризам го сознал за време на извршувањето на трансакцијата, веднаш ја известува Упавата и ја задржува трансакцијата најдолго до 4 часа од известувањето на Управата.[8]

[8] Законот за изменување и дополнување на Закон за спречување на перење пари и други приноси од казниво дело и финансирање на тероризам, (“Сл. Весник на РМ, бр.04/08 и 57/10”).

4.2. Столб 2 – Управата за спречување на перење пари и финансирање на тероризам

Управата согласно своите законски надлежности, по добивањето на извештајот за сомнителна трансакција, отвара предмет и врши прибирање на дополнителни податоци од своите субјекти на домашен план, а кога има потреба и од меѓународните институции и единиците за финансиско разузнавање на други држави со кои има потпишано меморандуми за соработка. Врши анализа и доколку утврди основано сомнение за финансирање на тероризам, изготвува Извештај за сомнителна трансакција и истиот го доставува до органите на прогон, односно институциите од третиот столб – Јавното обвинителство, Министерството за внатрешни работи и Управата за финансиска полиција. Од овој аспект гледаме дека Управата има задача да детектира финансирање на тероризам и сите разузнавачки податоци да ги достави до органите на прогон за нивно понатамошно постапување.

Праксата во регионот и пошироко покажува дека анализите на единиците за финснсиско разузнавање, истрагите и судските процеси за финансирање на тероризам траат долго, а бројот на пресудите е многу мал. Овој период е сосема доволен за структурите незаконски стекнатиот приход да го сокријат и да го направат недостапен за судските органи. За да се оневозможи сокривањето воведени се стандарди и мерки кои значат привремено обезбедување на парите или имотот за целите на конфискација.

Во таа насока, во случаи на постоење на финансирање на тероризам, Управата има овластување привремено да ја запре трансакцијата и тоа најдолго за период од 72 часа. Во оваа прецизна и кратка процедура, Управата издава налог на банката со кој привремено ја блокира трансакцијата, а од друга страна подготвува барање за поднесување предлог за определување на привремени мерки што се состојат во запирање на трансакцијата и привремена заплена на парите или имотот. Во барањето се содржани податоците за кривичното дело за кое се бара привремената мерка, фактите и околностите што ја оправдуваат потребата дека со привремената мерка ќе се постигнат целите за спречување или откривање на тешки кривични дела, податоци за инволвираните лица кои ги вршат трансакциите, субјектите каде се изведуваат овие активности како и парите кои се предмет на истрага. Јавниот обвинител го разгледува барањето и доколку е основано најдоцна во рок од 24 часа од добивањето на барањето од Управата, поднесува предлог за определување на привремени мерки до истражниот судија на надлежниот основен суд. Истражниот судија е должен во рок од 24 часа од приемот на предлогот да донесе решение за примена на привремена мерка на запирање на трансакцијата и привемена заплена на парите и имотот.

По донесувањето на привремените мерки на сцена стапува меѓуинституционалната соработка. Односно Јавниот обвинител е должен да ги собире податоците кои ќе го докажат финансирањето на тероризмот како кривично дело, притоа координирајќи ги институциите. Доколку се работи за активности кои се случувале надвор од државата, Јавниот обвинител може да побара податоци по пат на меѓународна правна помош и истите да ги употреби во доказната постапка.

Што се однесува до превентивната политика која ја води Управата за спречување на перење пари и финансирање на тероризам, истата, има развиено апликативна програма преку која листите на терористи и терористички организации утврдени од релевантните меѓународни институции – ООН, ЕУ и амбасадата на САД, ги импортира во својата база и при водење на конкретни случаи врши пребарување по истите со цел идентификација на одредени лица. Во насока на подобрување на системот, овие листи се доставени и до субјектите од членот 5 од Законот за СППФТ, како и до органите на прогон, и тие се должни при анализата на своите клиенти да вршат пребарување и идентификација на лицата по истите тие листи и доколку некое лице биде идентификувано, веднаш да ја известат Управта.

Согласно Законот за меѓународни рестриктивни мерки (Сл. Весник на Р. Македонија бр.36 од 23.03.2007 година) со кој се уредува начинот на спроведувањето на меѓународните рестриктивни мерки воведени со правно обврзувачки резолуции на Советот за безбедност на Обединетите нации, усвоени според глава VII од Повелбата на Обединетите нации, Заедничките позиции донесени од ЕУ и одлуките на други меѓународни организации во кои членува РМ во согласност со меѓународното право, Управта за спречување на перење пари и финансирање на тероризам ги спроведува финансиските мерки кои опфаќаат забрана за располагање на имот и со финансиски средства на правни и физички лица, како и забрана за давање на имот и на финансиски средства на располагање на лицата на кои се однесува рестриктивната мерка (замрзнување на финансиските средства и имот).[9]

Потребата од евиденција и следење на физичкиот пренос на паричните средства, хартиите од вредност при влез и излез од граничната линија како еден од можните начини за финансирање на тероризмот, согласно Препораката 9 од Деветте специјални препораки од FATF, Царинската управа согласно член 19 од Законот за СППФТ задолжително го евидентира секое внесување и изнесување на готови пари или хартии од вредност преку царинската линија на Република Македонија, ако износот на

[9] Закон за меѓународни рестриктивни мерки, ("Службен весник на РМ, бр.36").

парите или хартиите од вредност на доносител го надминува со закон или друг пропис дозволениот максимум од 10.000,00 евра.

При евидентирањето, Царинската управа спроведува мерки и дејствија за спречување на финансирање на тероризм, притоа преземајќи конкретни активности во делот со идентификувањето на лицето, идентифукивањето на сопственикот на паричните средства или хартии од вредност, идентитетот на крајниот сопственик, износот и валутата на готовите пари или хартии од вредност, изјава за потеклото на паричните средства или хартиите од вредност, намерата за внесувањето на истите и местото и времето на преминување на царинската линија.

Во тој случај Царинската управа задолжително по електронски пат или преку телекомуникациски средства, а во случај кога тоа не е можно, со други пишани средства го пријавува до Управата внесувањето или изнесувањето на готови пари или хартии од вредност над 10.000,00 евра во денарска противвредност, најдоцна во рок од три работни дена од евидентирањето.

Царинската управа задолжително писмено го пријавува до Управата внесувањето или изнесувањето на готови пари или хартии од вредност на доносител без оглед на износот, секогаш кога постои основано сомнение за финансирање на тероризам, најдоцна во рок од 24 часа од сознанието за сомнителноста на внесувањето или изнесувањето на готови пари или хартии од вредност.

4.3 Столб 3 – Органите на прогон (Јавното обвинителство, МВР и Управа за финансиска полиција)

Институциите од третиот столб треба да го зададат завршниот удар врз финансиерите на тероризмот. Имено по добиените извештаи од Управата во кој веќе се наведени разузнавачки податоци за лица кои се обиделе или сториле кривични дела по член 394-в “финансирање на тероризам” од Кривичниот законик на РМ, истите треба да преземат активности согласно нивните законски надлежности и доколку податоците од извештајот се основани, поднесуваат кривични пријави за инволвираните лица до надлежниот судија. Во судстака постапка, судијата ги собира сите податоци кои ќе го докажат кривичното дело “финансирање на тероризам” и по таа постапка изготвува пресуда со кое лицата се осудуваат, или пак доколку нема основ, лицата се ослободуваа

Наместо заклучок

Замрзнувањето и запленувањето на приходи стекнати од криминал е ефикасен пристап во борбата против тешкиот и организиран криминал (во понатамошна фаза и спречување на финансирање на тероризам) при што главниот мотив е да се стекне некаква корист.

Според концептот на интегрирани финансиски истраги (од сомнежот за постоење на кривично дело до самиот имот), финансиските истраги се спроведуваат паралелно со кривичната истрага со цел да се идентификува и трасира материјалната корист стекната преку (конкретно) кривично дело, да се идентификува имотот на осомничените лица или на трети лица од кои е возможна конфискација и да се обезбеди крајната конфискација преку имплементација на привремените мерки (обезбедување, запленување).

Во глава VII од Кривичниот законик е предвидена конфискација на имот и имотна корист и одземање на предмети. Во Законот стриктно се утврдени постапката во која може да биде изречена конфискацијата на имотот, од кого се може да се конфискува имотната корист. Овие одредби за конфискација на имотот и имотната корист особено се битни кога се во прашање кривичните дела од областа на финансискиот криминал. Доколку не би постоеле овие одредби, тогаш обвинетите би можеле да ја задржат имотната корист која ја прибавиле со кривичното дело и би се поставило прашањето за смислата на водење на овие постапки. Тука не треба да се свати дека не е од битно значење самото казнување на сторителите на кривични дела, туку самото казнување не може да предизвика никаков ефект нити пак да делува превентивно доколку обвинетите, односно осудените лица би можеле да ја задржат противправно стекнатата имотна корист. Од одредбите на Кривичниот законик и тоа чл.97, чл.98, произлегува дека одлуката за конфискација може да донесе само суд и тоа со судска одлука со која е утврдено извршувањето на кривичното дело. Конфискацијата во постапката определена со закон е можна дури и кога од фактички или правни пречки не е можно водење на кривичната постапка спрема сторителот на кривичното дело. Под услови определени со ратификуван меѓународен договор, конфискуваниот имот може да биде вратен на друга држава.[10]

За успешно водење на финансиските истраги во најголем број на случаи мора да се изврши и одземање на предмети, како и запленување, односно замрзнување на приходи за кои постои основано сомнение дека потекнуваат од сторено кривично дело.

[10] Кривичен законик на РМ, ("Службен весник на РМ", бр. 19/04).

Од тој контекст, од особена важност е да се напомене потребата за решавање на проблемот што потекнува од Законот за меѓународни рестриктивни мерки. Имено, во случај да се одредени рестриктивни мерки кон одредена целна група која се спроведува мерката, и за кои според одлуката се предвидува замрзнување на целиот имот, банкарски сметки, депозити, акции итн., не е предвидено нивна конфискација. И според вака донесениот закон тие средства ќе бидат замерзнати се до оној момент до кога одлуката за спроведување на рестриктивните мерки ќе биде тргната, при што целокупниот имот на лицата им се враќа назад, и истиот може да биде употребен за финансирање на тероризам.

Носител на овој закон е Министерството за надворешни работи на РМ, преку Директоратот за Европска унија. При тоа Законот предвидува преземање на други мерки од страна на институциите во РМ. Потребата од меѓусебната координација на терен е од особена важност. Во тој случај, меѓуресорско тело кое ќе ги координира активностите при спроведувањето на рестриктивните мерки не постои.

* ***Согледувајќи ги овие проблеми, се наметнува потребата од итни измени во Законот за меѓународни рестриктивни мерки.***

Кон подобра меѓуинституционална соработка

Во рамките на Националната стратегија за борба против организираниот криминал 2003-2007 година, беа предвидени шест мерки кои треба да се реализираат за успешно справување со предизвиците кои ги генерира организирниот криминал.

Во рамките на приоритетот бр.6 – Централна криминалистичко – разузнавачка единица, претстои обврска за основање на Национален координативен центар (НКЦ), каде што ќе се врши собирање, средување, анализа и размена на криминалистички информации помеѓу надлежните органи заради ефективно воспоставување на механизам за борба против организираниот криминал, тероризмот и останатите видови на криминал.

Целта на НКЦ е:

- Обезбедување на соработка помеѓу институциите, меѓу кои Јавното Обвинителство, агенциите за спроведување на законите како и други релевантни органи;

- Да ја зацврсти криминалистичката и стратешката анализа;

- Да осигура ефективна домашна координација на истрагите на трите (доколку се основа Судска полиција, ќе бидат четири) органи за спроведување на законите кои имаат овластувања да водат истраги. Координацијата ќе влијае и на останатите институции (УСППФТ, УЈП, ЦРМ, итн.) кои преку своите активности генерираат информации од витална важност за успешно разбивање на добро утврдените терористички ќелии и криминални групи;

- Да ја зацврсти функцијата на обвинителот за водење на истраги воведена со новиот Закон за кривична постапка и

- Да се подобри меѓународната соработка дејствувајќи како национална контакт точка за сите дојдовни барања и одговори.

Со самото профункционирање на НКЦ се очекува засилување на истрагите и кривичното гонење со цел да се соберат доволно докази и да се осигура изведувањето на извршителите пред лицето на правдата и да се изврши конфискација секогаш кога тое е возможно.

SYSTEM FOR PREVENTION OF FINANCING TERRORISM IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA, THE KEY FOR EARLY AND SUCCESSFUL PREVENTION OF TERRORISM

Abstract

Organized and conduct the terrorist attacks is often complex process. Terrorism is like phenomenon, and doesn't describe process of consume terrorist attacks, but if we want to giving reachable definition for terrorism, and establish effective system for prevention of terrorism, we must to return several phase ago. First of all, we must know the ideology, concerning reason and motive for terrorism, second is the process to planning and realization ideology, them is the process for financing terrorism, and, on the end, is the conduct of terrorist attacks. In furthermore text, we would hold up to prevention of financing terrorism like the key for early suppression.

From particularly meaning is establishment effective system for prevention of financing terrorism. Macedonia is recognized consequence of terrorist attacks from 11 September 2001 on WTC in New York, and like a country

– candidate to membership in EU and NATO, and keep to common position on EU, construct and build the system for prevention of financing terrorism. Keep to Directive 2005/60/EC of the European Parliament and of the Council of 26 October 2005 on the prevention of the use of the financial system for purpose of money laundering and the terrorist financing, 40 recommendation of FATF, 9 recommendation of FATF, and third round evaluation report of MONEYVAL Committee, Macedonia establish effective system for control financing system inside the country, and effective system for control the cash on the border line near the Customs control. It is more important introduction Law on International Restrictive Measures, which, entities, terrorist and terrorist organization established from relevant international organization, impose a blockade for open account, buy real estate, trading stock exchange e. t. c.

Key words: *terrorism, phase, financing terrorism, terrorist, terrorist organization, methods of financing, control of financing system, Law, cooperation.*

Литература

1. Стратегија за спречување на перење пари и финансирање на тероризам, Цетис Принт-Скопје, Скопје, 2008, стр.5-8;
2. Законот за изменување и дополнување на Закон за спречување на перење пари и други приноси од казниво дело и финансирање на тероризам, (“Сл. Весник на РМ, бр.04/08 и 57/10”);
3. The reader’s guide: Deepending Relations, NATO Office of Information and Press-Brussels, Brussels, 2006;
4. Закон за меѓународни рестриктивни мерки, (“Службен весник на РМ, бр.36”);
5. Кривичен законик на РМ, (“Службен весник на РМ”, бр. 19/04);
6. Закон за кривична постапка, (“Службен весник на РМ, бр.15/05”).

327(4-672ЕУ)

М-р **Кристина БОГЕВСКА – МАЛИНКА**

ОД СОСЕДСТВО ДО ИНТЕГРАЦИЈА

Апстракт

Прогресивната експанзија кон соседите не само во географска смисла, туку и преку екстернализација на европските вредности, била суштина на надворешната политика на ЕУ, водена од идејата за обединета Европа. Промената на дискурсот по последното проширување и институционалната криза ги дефинирале односите со новите соседи на исток.

Европската соседска политика и Источното партнерство се обид да се разреши тензијата меѓу барањето за повлекување крајни граници (исклученост) и развој на односите со соседството на исток, негова делумна интеграција (вклученост), како крстосница на надворешно - безбедносната, развојната, трговската политика и проширувањето.

Клучни зборови: *европска интеграција, екстернализација на вредности, Копенхашки критериуми, условеност и социјализација, трансформација на соседството, европеизација, соседска политика, источно партнерство.*

ВОВЕД

Евроинтегративниот процес, како најнапреден пример на регионална интеграција, заснован на Договорите од Париз и Рим, демонстрира привлечност од најраните почетоци. Проширувањето било суштина на екстерната акција на ЕУ, со визијата за обединување како движечка сила на интеграцијата (Gebhard, 2007:11). Со секоја етапа на проширување, Унијата се приближувала до нови соседи, кои завршувале како кандидати и членки, што го претворило соседството во „преоден статус“ кон полноправно членство. Но, последното проширување стави на знаење дека евроинтегративниот процес е ограничен во смисла на надворешните граници (Lavenex, 2004:681). Се поставува прашањето како ЕУ да го вклучи новото соседство во евроинтегративните процеси без отворање на вратите за членство? Идејата за дефинирање на крајните соседи ја евоцира идејата за „тврдина Европа“ (Gebhard, 2007:11), последица на шенгенскиот парадокс и парадоксот на исклученост / вклученост. Промената на таквата перцепција на ЕУ од нејзиното поблиско / подалечно соседство зависи од тоа колку ЕУ

ќе успее да влијае на нивната трансформација и да ги интегрира во европскиот модел.

РАЗВОЈ НА ОДНОСИТЕ СО СОСЕДИТЕ

Историјата на европската интеграција ни покажува дека Унијата секогаш посветувала внимание на односите со соседите, иако специфичните политики се со понов датум. Првичните обиди за соседска политика, како одложување на барањето за членство, повеќе биле чекор до пристапувањето, отколку алтернатива на проширувањето. Во недостиг на изразена надворешна политика при почетоците на интеграција, надворешните односи на ЕЗ започнале со непосредните соседи, преку склучување меѓународни договори. Еволуцијата на односите довела до нивно полноправно членство, додека новото соседство, во обид да се заштитат взаемните интереси, развило блиски односи со Унијата, потпишувајќи и имплементирајќи меѓународни договори, со цел институционални, економски и социјални реформи кои ќе ги доближат до Унијата.

Во 1960 и 70-те се склучуваат договорите за асоцијација со Грција и Турција, Малта и Кипар и со апликациите на земјите од ЕФТА, првпат се покренува прашањето за членство. Договорот со Турција од 1963, ја отворил можноста за членство, која ќе има длабоки импликации по односите Брисел – Анкара до денес.

Пристапувањето во Унијата од самите почетоци е поврзано за критериуми и економски, политички и геостратешки интереси, кои требало да го успорат или попречат процесот. Наспроти реториката на отвореност на првите договори, била присутна тензијата меѓу продлабочувањето и проширувањето, изразена во стравот на европските федералисти дека приемот на нови членки ќе го попречи европското обединување. Членството на државите од ЕФТА е попречено со француското вето за Британија, а државниот удар во Грција на крајот на 1960 – те, ги одложил односите.

Првичните договори со западноевропските држави од ЕФТА биле насочени на слободна трговија со индустриски производи, но со развојот на единствениот пазар и зголемените притисоци за членство, доаѓа до економска интеграција и договор за Европска економска област (1992). Притисокот од новите демократии од ЦИЕ за членство, довело до предлози за Европска конфедерација. Обата обиди за создавање алтернатива на проширувањето пропаднале со одлуката на државите од ЕФТА и ЦИЕ за полноправно членство во ЕУ.

Односите со јужните соседи имаат долгогодишна историја, а особено се засилил фокусот на ЕУ кон Медитеранот со пристапот на Грција, Шпанија и Португалија. Со Барселона процесот и Евромедитеранското партнерство

(1995) се развива Медитеранската политика и започнува јакнење на билатералните односи преку Договорите за асоцијација, поддржани со МЕДА програмата.

ОДНОСИТЕ НА ЕУ СО ЦИЕ И ЗАПАДЕН БАЛКАН

Итноста да се одговори на новата геополитичка реалност, со крајот на студената војна и распадот на Советскиот сојуз и дотогашната ограничена природа на односите со истокот, го наметнале чувството на морална одговорност за трансформација на земјите од ЦИЕ и довеле до надградување на договорната основа, меѓу 1990 и 1995, преку Европските договори. Перспективата за членство за ЦИЕ (и Малта, Кипар) е отворена на Самитот во Копенхаген, 1993. Се создава концепт на постепено приспособување како модел за идните проширувања, заснован на принципот на условеност, во функција на хармонизација на државите – кандидати кои структурно се разликуваат, во согласност со европскиот модел. Копенхашките критериуми за членство ги надополниле условите од постоечките договори[1] и служеле како одложување на процесот (1993:13). Усогласеноста со политичките критериуми е предуслов за отворање на преговорите за пристапување, додека исполнувањето на сите Копенхашки критериуми е основа за пристапување во Унијата.

По надминувањето на тензиите и успешното затворање на процесот на преговори, на самитот во Копенхаген (2002), ЕУ упатила покана за членство на 10 држави, а пристапувањето на Романија и Бугарија било одложено за 2007 година.

Се поставува прашањето дали може да се примени истата методологија на другите држави, кои геополитички и економски се разликуваат. Во однос на Западен Балкан се употребуваат истиот инструментариум и поттици. Основна рамка за воспоставување на односите со Западен Балкан е Процесот за стабилизација и асоцијација (1999), специфичен за регионот, но по многу нешта сличен на предпристапната стратегија во ЦИЕ. Паралелната понуда на Договорот за стабилизација и асоцијација ги поставува билатералните односи на повисоко ниво и овозможува формални механизми и договорни критериуми чие исполнување ја доближуваат земјата до ЕУ. Република Македонија е прва земја во регионот која го потпиша Договорот (9 април 2001, стапува на сила 1 април 2004).

[1] **Членот 49 ДЕУ** (претходно член О) содржи јасно упатување на политичките критериуми: „*Секоја европска држава што ги почитува основните начела наведени во член 6(1)*“- *слобода, демократија, човекови права и слободаа и правна државност – „може да поднесе барање за членство во Унијата.*“

Прва средба во рамки на политичкиот дијалог е Европскиот самит во Солун (јуни 2003), каде се потврдува перспективата за членство на Западен Балкан. Политичкиот дијалог се интензивира со Европското партнерство, надградено со Пристапно партнерство, кое ги нагласува приоритетите, поврзани за програмата ИПА, што доведува до поголема поддршка на клучните реформи. Првото Европско партнерство за Македонија Советот го донесе во јуни 2004.

Кандидатски статус имаат Македонија, Хрватска и Турција. Другите земји од Западен Балкан имаат статус на потенцијални земји кандидати. Македонија го добива кандидатскиот статус, сè уште нема датум за преговори и приемот во Унијата е условен, меѓу низата критериуми од Копенхаген, со решавањето на билатералниот спор со Грција за името. Визната либерализација е поттик, кој треба да ги забрза реформите и да ја засили поврзаноста со европското семејство, поттик понуден и на Србија и на Црна Гора, поврзан со јасна и строга условеност.

Од самите почетоци понудата за членство се употребува како поттик за економска и политичка трансформација на соседството. Се поставува прашањето дали проширувањето и понатаму може да се употребува како поттик или е потребна алтернативна политика за развој на односите со соседството?

ОДНОСИТЕ СО ИСТОЧНОТО СОСЕДСТВО

За разлика од големото проширување, кога ЕУ е обземена од еуфоричното чувство на одговорност да ги поддржи и интегрира новите демократии, односите со новите источни соседи од постсоветскиот простор (балтичките држави се изземени со потпишување на Европските договори) се развиваат во поинаква атмосфера и како дел од политиката кон Русија. Во 1990 – те, интересот бил насочен кон ЦИЕ и Западен Балкан. Со државите опфатени преку програма ТАЦИС се склучуваат Договори за партнерство и соработка, кои не вклучуваат перспектива за членство, ниту асоцијација (види:Dannreuther, R. (ed.) 2004:85).

Сè погласните заложби на Украина за членство, на Молдавија за вклучување во Процесот за стабилизација на Западен Балкан и отворање перспектива за членство, „обоените“ револуции, стравот од прелевање на нестабилноста, енергетските интереси на Јужниот Кавказ, се најчесто посочувани причини за подигање на односите со новото соседство на исток и ја одбележуваат втората фаза на односите ЕУ – источно соседство, која започнала со новиот милениум и создавањето Европска соседска политика.

ЕСП ги опфаќа блиските гранични држави кои немаат перспектива за членство на среден или долг рок (источно соседство[2]) или воопшто (медитерански држави[3]).

Русија и Централно азиските држави[4] ги развиваат своите односи со ЕУ на ниво на стратешки партнерства. Вклучувањето на источните и јужните медитерански држави во една рамка, држави кои се разликуваат не само според географијата, туку и интересите, амбициите, социоекономските, културни и политички прилики, како резултат на помирувањето на различните интереси на земјите членки, постепено ќе ја покаже неопходноста за издиференциран пристап и создавање ***Унија за Медитеранот*** (2008) и ***Источно партнерство*** (2009).

ЕВРОПСКАТА СОСЕДСКА ПОЛИТИКА КАКО МОДЕЛ ЗА ДЕЛУМНА ИНТЕГРАЦИЈА

Интеграцијата на ЕУ имплицира дистинкција внатре – надвор и преку шенгенскиот парадокс ја намалила интеракцијата меѓу новите членки и новите источни соседи. Отвореноста на одредени програми и контактите меѓу луѓето се тешко остварливи со рестриктивните визни политики, главна пречка во социјализацијата на новите соседи. Се зголемил ризикот од создавање нови линии на поделби, исклученост, изолација и маргинализација на оние кои се оставени надвор (парадоксот исклученост / вклученост). Новите поделби не само што ги нарушуваат фундаменталните вредности на ЕУ, туку се закануваат на нејзините интереси за стабилност на источните граници. Низ историјата на евроинтегративниот процес дилемата вклученост / исклученост се разрешувала со прием во Унијата. Но во еден поинаков контекст на односи[5] се наметнува прашањето како ЕУ да ги интегрира новите соседи без да ја отвори вратата за идно членство. Перспективата за членство се поставува како дистинкција меѓу „соседите“, наспроти државите „кандидати и потенцијални кандидати“.

ЕСП ги предизвикува традиционалните политики на ЕУ како мировен проект и нормативна сила, како алтернативен пристап кој се обидува да ги трансформира соседите преку нови форми на соработка и делумна интеграција. Останува дилемата колку ЕУ ќе има кредибилитет во

2 Западните нови независни држави - Украина, Белорусија и Молдавија и Јужен Кавказ - Азербејџан, Грузија и Ерменија.

3 Алжир, Египет, Израел, Јордан, Либан, Мароко, Палестина, Сирија, Тунис.

4 Казахстан, Киргистан, Таџикистан, Туркменистан и Узбекистан

5 Промена на социјалните околности во ЕУ и надворешноста (замореноста од проширувањето прави притисок одвнатре, а можноста од прелевање на нестабилноста, како и зголемените очекувања на соседите–притисок однадвор); поинаква историја на односи; недостиг на позитивна конкурентност; квантитативни и квалитативни различности со државите од предпристапниот процес (Gebhard 2007:12).

поставување заеднички вредности, доколку го одбие членството на соседите кои ги почитуваат европските вредности, согласно член 49 ДЕУ. Дали е присутен нов „јаз меѓу способноста и очекувањата“ (Hill) во меѓународните односи?

СОЗДАВАЊЕ НА ЕСП

ЕСП е тесно поврзана со процесот на проширување, геостратешки и методолошки. Соседската политика официјално се наметнува на агендата на Унијата во истовреме кога се случува најголемото проширување (2004), како одговор на притисоците на источната граница за членство во Унијата. Ја креира тимот на Генералниот директорат за проширување, што довело до позајмување на стратегии и политички инструменти од две претходни политики на интеграција: Предпристапната стратегија кон ЦИЕ и Процесот на стабилизација и асоцијација со Балканот, пренесени и прилагодени на поинаков контекст, на начин различен од членството. „Трансферот на политики од проширувањето“ (Kelley 2006:32) се одвива на следните нивоа:

- Употреба на стратегии (политички дискурс за заеднички вредности; филозофија на условеност, социјализација, партнерство, диференцијација, учество и децентрализација)
- Оперативно ниво (ниво на политички инструменти и политика на помош).

Меѓутоа, посочува Гебхард (2007:8), не треба да го сведеме развојот на ЕСП на едноставно прекопирање од моделот на проширувањето, туку истиот во новиот контекст претрпува структурни и концептуални прилагодувања. Сепак, поврзаноста е очигледна.

Стратешко ниво

Суштината на ЕСП е делумна интеграција во одредени политики и европеизација на соседството, преку трансфер на европските правила, норми и вредности, на основа на социјализација и стратегии на условеност (види: Gebhard 2007:12; Magen 2006:388).

Ефективноста на условеноста за кандидатите е несомнена, но дали е соодветна во новиот контекст (недостиг на „златниот поттик“ и шенгенскиот ѕид како пречка за социјализација). Филозофијата на условеност се ублажува со нови политички идеи - посветеност на заеднички вредности, диференцијација, партнерство, учество во програми и контакти, употреба на термини како „одредници“, „цели“, „поттици“, „амбиции“, „степен на посветеност“ (COM(2003)104:16,17); се менува реториката по однос на членството и се говори за јакнење на односите без однапред да се земат предвид амбициите на индивидуалните партнери (COM(2006)726:2).

Но, сепак останува прашањето дали понудата на „повеќе од партнерство, а помалку од членство“ (Prodi 2002) може да биде исто толку силен поттик за усогласување со европските вредности како и пристапувањето.

Оперативно ниво

Основен оперативен инструмент се акциските планови, создадени по моделот на Пристапното партнерство. Структурата произлегла од агендата на преговорите за пристапување: политички дијалог и реформи; економски и социјални реформи и развој, соработка во областа на правда, слобода и безбедност; секторска соработка. Приоритетите се договараат заеднички (партнерство) и ги одразуваат спецификите на секоја држава партнер (принцип на диференцијација). Акцискиот план ја дефинира агендата на политички, економски и социјални реформи и обезбедува поттици за успешна имплементација (пристап на внатрешниот пазар, зголемена помош, учество во програмите на ЕУ). Како резултат на оценувањето на напредокот се изготвува среднорочен преглед по две години и извештај по три години.

Политиката на помош – Инструментот на ЕСП за 2007–13 (ЕНПИ) со 11,18 милиони евра, е замена за Тацис (3,1 милиони евра/ 2000–6) и Меда (5,3 милиони) и ја вклучува и Русија. Финансиската помош се надополнува со Governance Facility (околу 300 милиони или 43 милиони годишно за имплементација на политичките реформи) и Инвестициискиот фонд (700 милиони евра или 100 милиони годишно како поддршка на заемите од меѓународните финансиски институции). За подобрување на координацијата на финансиската поддршка се создава Фондот на доверба. Се вклучуваат и инструментите од проширувањето: Twinning и TAIEX и можности за учество во програми на ЕУ, превенција и решавање на конфликти и кризен менаџмент.

ИСТОЧНО ПАРТНЕРСТВО

Случувањата во Јужна Осетија во 2008 и опасноста да се одмрзнат конфликтите (Абхазија, Транснистрија, Нагорно – Карабах); пост – изборните нереди и протести во Молдавија и Ерменија, гасната криза во Украина; ја потврдија итноста од продлабочување на односите со источното соседство. Критиките за ЕСП (географска произволност, отворена финалност, несоодветност на условеноста, недостиг на дејствување во решавањето на конфликти, осцилација меѓу нормативните приоритети и стратешките интереси, финансиската распределба) и заложбите на новите земји членки и Германија довеле до интензивирање на односите со источното соседство и иницијатива за Источно партнерство.

Иницијативата е потпишана на Самитот за источно партнерство во Прага, мај 2009. Источното партнерство, создадено според амбициите и специфичната ситуација на секој сосед (диференцијација), ќе доведе повисоко ниво на политичка асоцијација и прогресивно интензивирање на односите во клучните области, во зависност од напредокот во реформите (условеност) (COM(2008)823:2). За таа цел се поставени подобрени поттици: договор за асоцијација, економска интеграција, партнерството за мобилност и етапен пристап до визна либерализација, енергетска безбедност и соработка, поддршка на социоекономскиот развој; форумот *Црноморска синергија* за споделување на искуството во транзицијата, реформите и модернизацијата.

Ефикасна Европската соседска политика (Источно партнерство)

Последните кризи во соседството се показатели на итноста од создавање поефикасна политика. Источното соседство е погодено од слаба државност, конфликти, корупција, манипулативна политичка култура. Како обид да се оддржува „сферата на влијание“ Русија им помага во надминување на економските кризи, а за возврат ја презема контролата на стратешките сектори и влијае во регионалната политика.

ЕУ треба да ја разгледа ефикасноста на своите поттици, со оглед на конкурентните придобивки кои ги нуди Русија и да ја засили моќта на привлечност во соседството (визна либерализација; поголем политички интерес за регионот; координација на пораката; поддршка на граѓанскиот сектор и медиумите) и ангажманот во превенција на кризите, во соработка со Русија (види: Popescu; Wilson 2009).

Заклучок

Во своите односи со соседството ЕУ изградила три модели: членство, Процес на стабилизација и асоцијација и Европска соседска политика, политики со иста нормативна основа, кои се разликуваат во интензитетот на притисоци и поттици за усогласување со нормите, вредностите и стандардите на ЕУ. Целосната хармонизација со ЕУ е обврзна за државите кои ќе станат полноправни членки. За ПСА државите усогласувањето е неопходно, со оглед на перспективата за членство, но со поголема временска флексибилност, додека за ЕСП државите целите се поставени пофлексибилно и селективно.

ЕУ ја гради ЕСП како политика со варијабилна геометрија, зависна од интересите, амбициите, капацитетите. Сè уште е рано да говориме за нејзината финалност, но со оглед на нејзината динамичност и отвореноста по прашањето за членство, со промената во реториката во 2006, остава простор за потхранување на надежите и нејасен поттик за понатамошни реформи.

Summary

Progressive expansion towards the neighbours, not only in geographical terms, but also through externalisation of European values, was the essence of EU`s foreign policy driven by the idea of united Europe. After the last enlargement and institutional crisis, relationships with new neighbours to the east are defined by changing the discourse.

European Neighbourhood Policy and Eastern Partnership were an attempt to resolve the tension between the request for defining the basic dilemma where the final borders lies (exclusion), and develop relationships with new neighbors, their partial integration (inclusion) as the crossroad of the foreign policy of security, development, trade policy and enlargement.

Key words: *European integration, externalization of values, Copenhagen criteria, conditionality and socialization, transformation of the neighborhood, Europeanization, Eastern partnership.*

Литература

1. Dannreuther,R.,ed. (2004) *EU Foreign and security policy. Toward a neighbourhood strategy*, Routledge.
2. Emerson, Michael and Noutcheva, Gergana (2004) *Europeanisation as a Gravity Model of Democratisation*, CEPS Working Document No. 214, Brussels, Centre for European Policy Studies, достапно на: http://www.ceps.eu.
3. Gebhard, C. (2007) *Assessing EU actorness towards its "Near Abroad" The European Neigbourhood Policy*, Occasional paper no.1, Maastricht / Stockholm, European institute of public administration (online). Достапно на: http://www.eu-consent.net/library/papers/Paper01-2007_Gebhard.pdf
4. Hill, Christopher (2002) *EU Foreign Policy since 11 September 2001: Renationalising or Regrouping?*, 'Europe in the World' series, University of Liverpool.
5. Kelley, Judith (2006) New Wine in Old Wineskins: Policy Adaptation in The European Neighborhood policy, in *Journal of Common Market Studies, http://aei.pitt.edu/3363/*.
6. Lavenex, S. (2004) EU External Governance in 'Wider Europe', *Journal of European Public Policy*, 11(4), pp. 680–700.
7. Magen, Amichai (2006) *The shadow of enlargement: can the ENP achieve compliance?*, The Columbia journal of law, Vol. 12, No. 2, Spring 2006.
8. Popescu, Nicu; Wilson, Andrew (2009) *The limits of Enlargement-Lime: European and Russian power in the troubled neighbourhood* London, European Council on Foreign Relations (ECFR).

9. Бајхелт, Т. (2005) *Европската унија по проширувањето кон исток*, Скопје, ВС Издавач за социјални науки, Визбаден, Фондација Конрад Аденауер, Секретаријат за европски прашања.

10. European Commission, *A Secure Europe in a Better World — European Security Strategy*, Brussels, 12 December 2003,

11. http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cmsUpload/78367.pdf.

12. European Commisson, COM (2003) 104 final, Wider Europe – Neighbourhood. A Framework for Relations with our Eastern and Southern Neighbours. Communication from the Commission to the Council and the European Parliament 11 march 2003, http://ec.europa.eu/world/enp/pdf/com03_104_en.pdf

13. European Commission, COM (2004) 373 Final, European Neighbourhood Policy. Strategy Paper. Brussels, 12 May 2004.

14. European Commission, COM (2006) 726 final, Communication from the European Commission to the Council and the European Parliament on strengthening the ENP, Brussels, 4 December 2006, http://ec.europa.eu/world/enp/pdf/com06_726_en.pdf

15. European Commission, COM (2008) 823 final, Communication from the Commission to the European Parliament and the Council, Eastern Partnership, Brussels, 3.12.2008.

16. Joint Declaration of the Prague Eastern Partnership Summit, 8435/09, Brussels, 7 May 2009.

17. Prodi, R. (2002) *A Wider Europe – A Proximity Policy as the key to stability*. Speech at the Sixth ECSA World Conference on peace, stability and security, Brussels, 5–6 December 2002, http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/02/619&format=HTML&aged=1&language=EN&guiLanguage=en.

81-116

Асс. м-р **Бошко КАРАЦОВ**

МЕТОДОЛОШКИТЕ КАПАЦИТЕТИ НА ЛИНГВИСТИЧКИТЕ МОДЕЛИ ВО ОПШТЕСТВЕНИТЕ НАУКИ: КОН СТРУКТУРАЛИЗМОТ И СТРУКТУРАЛНАТА АНАЛИЗА

By day, Structuralists constructed the structure of meaning and pondered the meaning of structure. By night, Deconstructivists pulled the cortical edifice down. And the next day the Structuralists started in again. - ***Tom Wolfe***

Апстракт

Оваа статија ги истражува епистемолошките карактеристики и еуристичките капацитети на лингвистичките модели при нивната примена во методологијата на научните истражувања во општествено – хуманистичките дисциплини. Поаѓајќи од револуционерните истражувања на јазикот од страна на Де Сосир и извлекувајќи ги неговите методолошки прескрипции доаѓаме до четирите модуларно - кодификациски стандарди на јазичните истражувања (дијахронија–синхронија, функционалитет–супстанционалитет, арбитрарност: означител–означено и систем наспроти примена или langue visa vi parole) кои се ползуваат како толковно – откривачки начела на социо - политичката анализа. Статијата има задача да ги воочи методолошките можности на структуралната анализа низ испитувањето на историскиот контекст на настанување на структурализмот, низ анализа на соодветноста на структурата на умот и структурата на стварноста и низ проверувањето на апликативната издржаност на структуралната анализа во социолошко - антрополошкиот систем на К. Леви – Строс.

Клучни зборови: *структурализам, структурална анализа, структура, елемент, дел - целина, дијахронија, синхронија, семантички модели, функција, структурално – функционална анализа.*

Вовед: структурализмот како холистичка методологија

Структурализмот како методолошки пристап во социолошките, политолошките и хуманистичките иследувања се јави во Франција во 60 - те години на минатиот век како дел од идеите на тогашната млада француска

интелигенција. Како забележува Мишел Фуко, во својата статија *Збогување од Сартр*[1], ненадејно и без некој посебен општествен разлог, младите интелектуалци се оддалечија од идеите на Ж. П. Сартр и Мерло-Понти, се оддалечија од филозофската генерација која дотогаш претставуваше идеолошки пример за животен и интелектуален став секогаш кога мисловно се ангажираа за прашањата на егзистенцијата, смислата или политиката воопшто. Новата генерација филозофи, како вели Фуко, ја обзеде нова страст, страст кон системот.[2] Наспроти егзистенцијализмот на Ж. П. Сартр и феноменологијата на Мерло-Понти, кои како филозофии се придржуваа до картезијанската традиција и во центарот на филозофската промисла го потставаа човекот или субјективитетот, младата генерација се поотворено и директно почна да зборува за смртта на (филозофијата) човекот. Структурализмот на местото на субјектот или човекот го постави она што најопшто може да се нарече *систем или структура*. Затоа појавата на структурализмот значи *дисконтинуитет* во развојот на западно европската граѓанска филозофија. Пред се, затоа што субјектот (или субјективитетот) беа тргнати од фокусот на филозофската проблематика. Фактот дека структурализмот е одреден дисконтинуитет се воочува во тоа што тој не произлезе, како феноменологијата и егзистенцијализмот, од филозофската традиција на континуираниот развој на пост хегеловската филозофија, ниту произлезе од емпиристичкиот мисловен круг, како современиот позитивизам и прагматизам, туку исходуваше од *лингвистиката*, која како дисциплина, во тоа време, беше сосема далеку од филозофијата.

Поточно со *Ф. Де Сосир* и неговото дело "*Општа лингвистика*"[3] започна концептуалното оформување на структурализмот. Целта на овој швајцарски лингвист ни од далеку не беше да ја подготви неговата лингвистичката теорија како филозофија или како методолошки модел за иследување надвор од рамките на јазичниот проблеми, туку, сосема спротивното, да ја заснова лингвистиката како егзактна наука ослободена од ненаучните примеси. Така, структурализмот стана непосредно врзан со Де Сосировиот лингвистички модели на истражување на јазичните проблеми. Затоа во инструктивната студијата "*Што е структурализмот?*" на Цветан Тодоров и други автори[4]структурализмот е дефиниран како *општа методологија која непосредно е врзана за методите на современата лингвистика и нив ги ползува како форми за анализа и објаснување на културните творби во најширокаата смисла на зборот култура.* Слични

[1] Мишел Фуко, "Збогување од Сартр", превземено од: Б. Мајер, "Марксизам и структурализам", *Марксизмот и современото општество*, том I, Зборник на текстови, (прир.) М. Печујлиќ, Скопје, 1982, стр. 349-352.
[2] Ibid.стр. 349-352.
[3] Фердинанд Де Сосир, *Курс опште лингвистике*, ИКЗС, Нови Сад, 1996.
[4] Цитирано според: И. Цепароски, Уметничкото дело во структуралистичките, постструктуралистичките и деконструктивистичките естетички теории. *Уметничкото дело.* Скопје, Култура, 1998, стр. 214.

референцијални определби на суштината на структурализмот воочуваме и кај најзначајните француски структуралисти Клод Леви-Строс и Ролан Барт[5] и најзначајните толкувачи и критичари на структурализмот Калер, Норис, Ф. Џејмисон и друг[6].

Од лингвистика кон социологија: Де Сосировата револуција

Разбирањето на структурализмот подразбира разгледување на лингвистичките методи на Де Сосир. Затоа првата задача ќе ни биде изложувањето на нивното формирањето во рамките на јазичната теорија, а потоа и објаснувањето на процесот на екстрахирање на методолошкиот супстанцијалитет од врзаноста за лингвистиката и негово формализирање кое се употребува за иследувањата во социо-хуманистичките дисциплини. Следејќи ја оваа заложба можеме да ги назначиме и реконструираме четирите лингвистички методи на Де Сосир и тоа:

1. Функционалитет наспроти супстанционалитет
2. Системот наспроти примена или *langue visa vi parole*
3. Синхронија наспроти дијахронија
4. Произволноста на односот означител - означено[7]

Де Сосир беше пасиониран љубител на шаховската игра, па затоа многу клучни поенти и поставки, значајни за разбирањето на неговата теоретско – лингвистичка мисла, ги врзува и објаснува со споредбени примери од шаховската игра. Првата лингвистичка методска придобивка, која ја назначивме како ***функционалитет наспроти супстанционалитет,*** се состои во радикалната методолошка промена што тој ја извршува во лингвистичката наука со преминот од нагласувањето на супстанцијата (содржината) кон нагласувањето на односите (функцијата). Ова префрлување на тежиштето во истражувањата на јазикот од *содржината кон функцијата*, Де Сосир нагледно го објаснува со пример од шаховската игра.[8] Не беспричина укажува дека е небитно дали фигурите со кои се игра шахот се направени од дрво, метал, слонова коска или пластика, поточно содржината е небитна, а битна е само функцијата на поодделните фигури во рамките на шаховската игра, за да самата игра биде возможна. Втората важна поставка на Де Сосировата лингвистичка теорија е воведувањето на разликата меѓу *системот и неговата примена*, а тој како лингвист во предвид го има јазикот, па говори за дистинкцијата меѓу

[5] Споредете: R. Barthes, *Essays Critiques*, Paris, Editiuon du Seuil, 1964 и Claude Lévi-Strauss, *Structural Anthropology*, Basic books 50, 1963.

[6] За противниците на структурализмот видете во инструктивната студија: С. Бест и Д. Келнер. *Постмодерна теорија*. Скопје, Култура, 2001, стр. 33-41.

[7] Фердинанд Де Сосир, *Курс опште лингвистике*, ИКЗС, Нови Сад, 1996, стр. 11-34.

[8] Ibid. стр. 20.

langue (јазик како збир и систем на правила и норми за употреба) и *parole (јазик како говор, како говорен чин или како единечна примена на правилата од јазикот како систем).* И оваа разлика Де Сосир ја објаснува со пример од шахот. Имено, реално е да се разликува шахот како систем, како збир на правила и норми на играњето аналогно на поимот *langue* и секоја одделно изиграна партија на шах која соодветствува со поимот *parole* како единечна примена на системот на шаховските правила. Третата методолошка новост на Де Сосир, која ја назначивме како ***синхронија наспроти дијахронија***, претставуваше префрлување на нагласувањето на дијахрониските истражување кон синхрониските истражувања на јазикот. Оваа поставка е најмногу ползувана од структуралистите и често се смета за нејзина методолошка диференцијална специфика. Де Сосир со шахот објаснува, а констатира за јазикот, дека помалку е важна *дијахронијата* (еволуцијата, развојот или историчноста) на јазикот, додека побитна е *синхронијата* (сегашната состојба) на јазикот. Четвртата методолошка придобивка, која ја назначивме како ***произволноста на односот означител – означено,*** ја извлекуваме од неговото толкување на знакот. Врз основа на традиционалната разделеност на *означителот* и *означеното* Де Сосир заклучи дека означителот или гласовите, фонемите, на пример во зборот д-р-в-о од една страна и означеното или поимот на зборот дрво како органско растение со корен, гранки и стебло од друга страна се во *произволна врска* бидејќи означителот на никаков нужен начин не е определен од означеното. Така зборот д-р-в-о во другите јазици има сосема други фонеми, во францускиот a-r-b-r-e, во германскиот b-a-u-m, или во англискиот t-r-e-e. Оваа произволност на релацијата означител-означено е плод на фактот што означувањето се однесува на поимот. Затоа, заклучува Де Сосир, јазикот е наполно втурнат во сферата на субјективноста на човековото искуство, а јазичниот знак е само дел од многу поширокиот систем на комуникација во општеството, па затоа се отвора можност за примена на теоријата на произволноста во објаснувањето на покомплексните форми на комуникација како што се: митското сликање, религиските претстави, книжевните остварувања, па дури и социо – историските појави. [9]

Поимите структура, елемент и целина

Објаснувањето на структурализмот се врзува со неговото разликување од методолошкиот *елементаризам*. Методолошкиот елементаризам е сфаќање на предметот и методите на истражувањето кое подразбира дека: а) основни чинители на сите ствари и појави се *простите елементи*, б) сите сложени ствари и појави се состојат од *прости елементи* и в) научното објаснување на секоја ствар или појава се состои во откривањето на нејзините составни делови,

[9] За капацитетите на лингвистичкиот структурализам видете во: A. Kovacec, "Ferdinand de Saussure i strukturalizam" во: *Uvod u lingvistiku, (*prir.) Zrinjka Glovacki – Bernardi, Zagreb, Skolska knjiga, 2001, str. 75-154.

поточно во воочувањето на едноставните елементи и нивните меѓусебни односи. Методолошкиот елементаризам е во основата на секоја класична метафизика, класична механика, физика или хемија, а во општествените науки има свои рефлексии во социолошкиот индивидуализам. Иако овој пристап има свои основи во елементарната човекова пракса и на таа пракса соодветните елементарно - логички форми и принципи на мислењето, сепак методолошкиот елементаризам се покажува неадекватен и неуспешен. Не само во истражувањето на општествено – историско - културните појави, туку и во егзактните природни науки.[10] Неадекватноста на елементаристичкиот пристап се плоди од фактот што современата наука утврди дека *се она што се сметаше за последен, неделив, едноставен елемент се покажува или прикажува себеси како повеќе или помалку сложена и комплексна променлива структура или систем.* (атомот, човековото тело, низата на природни броеви, државата и др.). Затоа методолошкиот елементаризам се заменува со методолошкиот структурализам кој ги содржи следниве епистемолошки надодадени принципи: а) една појава се смета за објаснета, не кога ќе се откријат нејзините последни елементи и нивните врски, туку кога ќе се воочи нејзината структура, б) самиот елемент на појавата е објаснет само тогаш кога ќе се открие неговото место во системот во кој претставува елемент и в) самиот елемент, и најголемиот и најмалиот, е извесна структура. Постојат различни варијанти на методолошкиот структурализам, од оние кои ја задржуваат интимноста со елементаристичкиот пристап, до оние радикалните кои го отфрлаат самиот поим *елемент*. Но, на сите нив им е заедничко тоа што структурализмот ја потенцира улогата и значењето на *релациите, врските и односите* во самите појави и предмети кои се истражуваат. Без нив нема никаков сложен предмет/ствар/појава, ниту пак може да ги има нивните својства и атрибути. Така структурализмот не само што ги објаснува сложените појави, туку ги објаснува и елементите кои во елементаризмот остануваат необјаснети.[11]

Плодоносноста на методолошкиот структурализам содржи една основна тешкотија која се состои во дефинирањето на поимите "елемент" и "структура". Вообичаената дефиниција на овие термини се содржи во уверувањето дека под елемент треба да се подразбира секоја ствар/процес која во својата вкупност образува одредена појава, која со својата вкупност причинува ново својство и која со својата вкупност образува нов однос. Но, во оваа дефиниција го нема значењето на поимот елемент како основа на секоја појава и не се прави разлика меѓу поимите "елемент" и "дел". Затоа под елемент треба да се подразбира

[10] На овој вид разликување упатуваа методолошките студии на: В. Šešić, *Osnovi metodologije društvenih nauka.* Drugo izd. Beograd, Naučna knjiga, 1978. M. Pečujlić, Miroslav, prir. *Metodologija društvenih nauka*. Beograd, Novinska ustanova službeni list, 1976. и V. Milić, Vojin. *Sociološki metod*. Beograd, Nolit, 1965.

[11] Šešić, Bogdan. *Osnovi metodologije društvenih nauka*. op. cit. str. 117 – 119.

основен дел на еден предмет, појава или ствар, а не само и единствено дел на една појава. **Секој елемент е дел, но не секој дел е елемент**. Токму поради тоа што некои делови на појавите не се основни конституенти на вкупноста која ја образуваат. Па затоа, елементите по дефиниција се *основани, релативно одвоени и посебни делови на било кој сложен предмет*. Вообичаената дефиниција на структурата е уверувањето дека таа е принцип, начин, закон на врските помеѓу елементите на една целина или систем. Но, оваа дефиниција не прави разлика помеѓу познавателната категорија *принцип* и објективно-предметната категорија *начин на врски и релации меѓу елементите*. Затоа една неутрална дефиниција би определила дека структурата секогаш е систем на односи во рамките на една целина или структурата *претставува целосен систем на односи на елементите на било кои сложен предмет, појава или процес.*

Толкувања на структурите: структурални трансформации и регулации на Пјаже и Дерида

Жан Пјаже во неговата монографска студија посветена на оваа методологија со наслов *Структурализам*[12] се обидува да даде адекватна дефиниција на категоријата структура. Вели дека е тешко да се пишува за структурализмот, бидејќи тој се јавува во многу видови, а на предметните и проблемски структури на кои се повикуваат структуралистите им се придаваат најразлични значења.[13] Затоа е вонредно тешко да се дојде до заедничките карактеристики на овој методолошки пристап. Најопштата карактеристика на структурализмот, која е видлива во скоро сите исполненија на структуралната анализа, според Пјаже, е во трагањето по *интелегибилното* во секој предмет/проблем (потставеното, невидливото кое го уредува видливото).

Со други зборови, секој структурален пристап подразбира тенденцијата за пронаоѓање на интелегибилното или воочување на (само)доволноста на структурата или системот. Поимањето на структурата не бара обраќање (помош) од било кои елемент туѓ на нејзината природа. Таа е секогаш екпликативно и концептуално самодоволна. Остварувањето на оваа структуралистичка тенденција, поточно доаѓањето до структурите подразбира и втор чекор или утврдување на општите и нужните својства на структурата и нивна формализација. Затоа Пјаже вели: да се разбере структурализмот, значи да се разбере (само)доволноста на структурата. Неговата дефиниција на структурата е уверување дека *структурата е систем на трансформации кои ги имаат во предвид законите како дел од системот секогаш наспроти својствата на елементите.* Системот се одржува и богати со самата игра на своите трансформации, но самите тие

[12] Žan, Pjaže. *Strukturalizam*. Beograd, BIGZ, 1978.
[13] Ibid. str. 11 – 12.

трансформации не ги минуваат своите граници и не се повикуваат (не влијаат, ниту им влијаат) на надворешните фактори или на елементите во себе.[14]

Поимот ***трансформации*** е клучен за разбирањето на структурата. Со овој поим, тој сака да ги разграничи и отфрли од структурализмот сите формалистички идеи на Кант и Хусерл, како и сите синтаксички форми на логичките позитивисти кои може да се сфатат како структури, но не и како структурални склопови на самодоволни трансформации. По Пјаже структурата опфаќа три клучни својства и тоа: а) **тоталитет** (целина-целовитост), б) **трансформација** и в) **авторегулација**.[15]

Тоталитетот како својство на структурата е разбирлива одлика затоа што скоро сите структуралисти се согласуваат околу опозицијата: **СТРУКТУРА** или елемети потчинети на законите кои го одредуваат системот како таков и **АГРЕГАТ** или асоцијација на елементи независни од целината или склопот кои го формираат. Секако дека секоја структура ја чинат елементите, но тие секогаш се подредени на законите кои го одредуваат системот како таков. Овие закони се нарекуваат *закони на склопот* и не може да се сведат, ниту објаснат како кумулативни асоцијации, туку само врз основа на тоа што спрема целината се однесуваат произведувајќи нови својства или својства на склопот, наполно различни од својствата на самите елементи. Може да се заклучи дека структурата како **тоталитет значи** дека целината врз основа на законите на склопот и својствата на склопот е **нов различен квалитет** во однос на елементите и деловите. Ова е случај бидејќи деловите и елементите на структурата се потчинети на законите на склопот кои го определуваат системот т.е. прават структурата да Е, да постои.[16]

Овие епистемолошки претпоставки и определби на структурата како предмет/проблем на научните истражување Пјаже понатаму ги врзува со т.н. *оперативен структурализам*. Ова стојалиште усвојува рационален став според кој за разбирањето на појавата или проблемот во науката не се пресудни ни елементите, ни целината, туку односите, врските и релациите меѓу самите елементи во структуралната целина. Со други зборови, важни се постапките, начините и процесите на склопување на елементите во структуралната целина, а целината мора да се разбере како резултат на тие односи, релации и врски. Поточно, целината е резултанта на склопувањето врз основа на определувачко релационо конституирање, чии закони на склопувањето се и закони на системот (структурата). Врз основа на својството на тоталитетноста на структурите, се јавува најголемиот проблем

[14] Žan, Pjaže. *Strukturalizam*, op. cit. str. 15 – 16.
[15] Ibid., str. 16 – 20.
[16] Ibid.

на структуралистичката методологија, поточно се поставува еден корпус онтолошко - епистемолошки прашања во смисла:

- Дали тоталитетите (структурите) настанале со склопување или тие отсекогаш се склопени, поточно дали структурата има генеза или структурата е транстемпорална (вонвременска) *ex nihilo* зададена творба?
- Ако тоталитетите (структурите) настанале со склопување, тогаш на кои начин се склопиле и благодарени на што тоа се склопиле?
- Ако склопувањето е можно, можно ли е тоа се уште и да е во тек или престанало, ако престанало зошто престанало, ако не престанало каде и кои се новите структури?

Сите овие прашања може да се сведат на основното прашање дали структурите се сотворени (создадени) или трансцедентно дадени!? Со други зборови, подразбираат ли структурите творење (нивно создавање) или структурите се една, помалку или повеќе, вечна творба? Основниот проблем кој се јавува овде е во тоа што структурализмот мора да бира помеѓу *генеза без структура*, каква претпоставува и подразбира атомистичкиот асоцијативизам, на кои не навикнива емпиристичката епистемологија, или *тоталитет без генеза*, кои подразбира и претпоставува една јасна метафизичка позиција ни малку различна од мислењата на кои не навикнуваа идеите за трансцедентното поле на суштините на Хусрел, Платоновите идеи или Кантовите априорни форми на познанието. Пјаже проблемот го гледа во соединувањето на структуралистичките поставки со функционалистичката методологија. [17]

Трансформацијата како својство на структурата има за цел да го реши проблемот на *природата на тоталитетот* и проблемот на начинот на создавање на структурата. Штом специфичноста на структуралните тоталитети се однесува на нивните закони на склопот, тогаш следи дека структуралните тоталитети се по природа структурирани т.е. створени. Структурата е константно двојство или биполарно својство кое значи дека *структурата е секогаш едновремено и* **структурирана и структуира, и створена и твори.** А ова двојство на природата на структурата се објаснува со придавањето на втората карактеристика или својството на *трансформација*. Структурата е систем (тоталитет) од трансформации, а трансформациите се дејственоста на структурата. Поточно, структурата не е постојана, не е статична, не е форма, туку е структура. Токму затоа што е систем од трансформации. (на пример, синхрониският тоталитет на македонскиот јазик како структура не е постојан, не е статичен, јазикот како структура е способен да отфрла или прифаќа други зборови или други јазични новини зависно од потребите на јазикот како систем, а потребите на јазикот се одредени од спротивностите или врските во самиот систем). Структурата мора да биде систем од трансформации, бидејќи ако тоа не е, тогаш не ќе може да се разликува од статичките форми, па би го изгубила

[17] Žan, Pjaže. *Strukturalizam*, op. cit. str. 22 – 27.

експликативното значење во системите на научното објаснување. Па затоа, со право можеме да се прашаме за изворот на овие трансформации и нивниот однос со творбата или самата структура. Во структурата мора да разликуваме:а) елементи на структурата кои се подредени носители на дадените трансформации и б) самите закони на структурата кои ги одредуваат трансформациите, по што изворот на трансформациите можеме да го лоцираме во законите на склопот.[18] Според Пјаже, структурите можат да бидат: а) **временски –** на пример структурата "брак" и **вонвременски** – на пример структурата на низата природни броеви.

Трето фундаментално својство на структурата е тоа што структурите самите се уредуваат. А ова својство на авторегулација значи дека тие се способни за конзервирање и извесно затварање. Овие две резултанти на третото основно својство на структурата укажуваат на тоа дека трансформационите својства на една структура не водат надвор од нејзините граници. Оваа одредба на авторегулација предочува дека поимот структура има едно експликативно значење кое се состои во тоа што познанието на структурата се однесува кон спознавањето на самоуредувачките внатрешни двигатели на системот. Поточно, нема потреба од трансцедентни чинители и објаснувачи на соопштенијата во структуралните односи. Пјаже разликува: а)внатрешна регулација на створени и готови структури и б) посредни регулации при творење нови регулации, кои регулации ги опфаќаат и претходните и новите структури.

Неговиот содејственик во истражувањата на својствата на структурите и структуралниот пристап, францускиот деконструктивист Жил Делез инструктивно наведе седум формални критериуми по кои можеме да го препознаеме, дефинираме и разбереме структурализмот и структуралните склопови :

а) **Симболика** – структурализмот открива извесен трет поредок. Го нарекува симболички поредок, а го смета за различен од имагинарниот и реалниот поредок откриени во класичните истражувања

б) **Локалитет или позиција** - елементите на една структура немаат ништо друго освен една смисла која е нужно и единствено содржана во позицијата на тој елемент во структурата. Затоа структурализмот не е заинтересиран за квантитативниот аспект на стварите, туку за тополошкиот и релационен аспект на предмет/проблемот.

в) **Диференцијално и сингурално** - елементите на една структура ниту постојат ниту имаат значење и вредност на друг начин освен како или во диференцијалните односи, како оние кои се дадени во диференцијалното сметање.

[18] На пример вродените синтаксички закони на Чомски кои ја определуваат генезата на јазичната синхронија, поточно неговата позната генеративна трансформациона теорија.

г) **Диференцирачко, диференцијација** - структурата е она што ги диференцира своите елементи, структурата преоѓа од виртуалитет во актуалитет со тоа што се диференцира во простор и време, а нејзината актуализација е и нејзина диференцијација, она што од себе ги произведува своите родови и видови.

д) **Серијалност** - структуралните елементи секогаш се организирани во серии

ѓ) **Празно место** – штом секоја структура е тополошки и релационо одредена, тогаш има во нејзините серии такви места кои се празни бидејќи во нив не се наоѓа некои од бараните и очекуваните симболички елементи кои ја даваат смислата на една дадена серија, а тој таинствен елемент или *ОБЈЕКТ Х* кога ќе се дофати се добива клучот за разбирање на целата серија.

е) **Од субјект кон пракса** – децентрирање на ЈАС и смртта на субјектот. Смислата не е во субјектот, туку во структуралниот склоп кој е независен од умската рефлексија[19]

Методолошки одлики на структурализмот

Толкувачите на постмодерната теорија **Стивен Бест и Даглас Келнер** во нивната обемна студија *Постмодерна теорија*[20] структурализмот и постструктурализмот ги разгледуваат како први дисконтинуитети во однос на модерната и како теоретски влијанија кои делувале врз оформувањето на посмодернистичката матрица на расудување. За овие американски теоретичари, структурализмот е примана на структурално-лингвистичките концепти во социо-хуманистичките науки. Структуралистичката методолошка револуција наметнува холистичка анализа која феномените ги анализира преку дихотомијата: дел - цело, дефинирајќи ја структурата како взаемна поврзаност на деловите во рамките на еден заеднички систем. Додека пак, структурите се управувани од несвесни кодови, правила или закони, токму онака како еден митолошки систем го кодификува јадењето или сексуалното поведение во склад со своите системи и правила[21].

За Ролан Барт целта на сета методолошка структуралистичка активност на мислата е да **реконструира** некој предмет/проблем и преку тој процес на реконструкција да ги обзнани правилата на функционирање и функциите на тој предмет/проблем. Затоа структурата секогаш е

[19] G. Deleuze, *Foucault*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1986 и Deleuze, Gilles. "How Do We Recognise Structuralism?" In *Desert Islands and Other Texts 1953-1974.* Los Angeles and New York: Semiotext(e), 2004. 170-192.

[20] С. Бест и Д. Келнер. *Постмодерна теорија*. op. cit., стр. 33-41.

[21] На пример забраната за различни сексуални пози во христијанството како кодификација е определена од религиските структури внатре нивната митологика и практика на правилата на трансформација.

симулакрум на предмет/проблемот, поточно се открива интелегибилно, поточно, она нешто што останало невидливо во природниот и чисто зададениот предмет/проблем. [22]

Структуралната анализа се сосредоточува врз скриените основни правила кои ги определуваат феномените во општеството, а самата структурална анализа цели кон: објективност, кохерентност, ригорозност и вистинитост на своите теоретски исходи. Постигнувањето на овие заложби, според Барт, било возможно само со отпуштањето или децентрирањето на субјектот како обичен ефект на јазикот. Поточно, било потребно да се отфрли хуманизмот во хуманистичките науки и човекот или субјектот да не биде повеќе модел за објаснување. Напротив, правилата, кодовите и системите на еден структурален склоп почнале да претставуваат експликациска и еуристичка алатка во социо-хуманистичките истражувања.[23]

Пример на една примена: за структуралната социологија

Доколку структурата ја разбереме како систем на трансформации и доколку тој систем како тоталитет ги има предвид сопствените закони кои го обезбедуваат неговото авторегулирање, тогаш, сосема извесно, сите истражувања кои се однесуваат на општеството претпоставуваат структурализам. Токму затоа што општествените склопови и подсклопови се конкретни исполненија на тоталитетите како динамички средишта на трансформациите на законите, правилата или нормите кои се носители на авторегулацијата во системот. Прв кој ја увиде можноста структурализмот да ги објасни општествените појави и кој ја примени структурално лингвистичката методологија во социо-хуманистичките науки беше основоположникот на структуралната антропологија, францускиот мислител, **Клод Леви-Строс.** [24]

Во неговите најзначајни дела: *Елементарните структури на сродството*, *Структурална антропологија*, *Тотемизмот денес*, *Митологики*, *Дивата мисла*[25] и други ги истражува структурите на петрифицираните општества, нивната митологија, системите на сродство и другите битни културно-антрополошки феномени. Според неговото увидување, антропологијата (културната социологија) за да стане објективна наука мора себеси да се конституира според моделот превземен од

[22] R. Barthes, *Essays Critiques*, op. cit., p. 213
[23] Ibid.
[24] P. Barry, 'Structuralism', *Beginning theory: an introduction to literary and cultural theory*, Manchester University Press, Manchester, 2002. p. 36- 40.
[25] Claude Lévi-Strauss, *Structural Anthropology*, op. cit.,. K. Levi-Stros, Klod. *Divja misao*. Beograd, Nolit, 1978.,

лингвистиката, а тоа значи утврдување и ползување на хомологијата меѓу јазикот и културата, па врз основа на оваа сличност, откривање на втемелувачките скриени принципи на кои почиваат елементите на структурите во општеството и културата.[26] Поточно, социологијата треба да трага по скриените структури и правилности кои остануваат несвесни, а кои ги уредуваат и одредуваат видливите форми на општествено, културно и политички однесување и мислење (акција-пракса и идеја-мисла). Врз основа на оваа заложба, Леви-Строс доаѓа до својата основна теза дека целокупното човеково социо-културално искуство, што било и што ќе биде, е втемелено и определено/ограничено од внатрешната структура на духот. Од оваа теза го извлекува неговото методолошко упатство дека социологијата (општествените науки воопшто) не ги проучува површинските манифестации на културата, туку трага по несвесните структури кои стојат во основата на сите културни појави. Леви-Строс се повикува на лингвистиката како методолошка парадигма за проучување на антропологијата затоа што примената на структуралистичкиот метод во лингвистиката открива зад свесните лингвистички феномени, една несвесна база и нејзе ја превзема како основа за анализа на односите меѓу елементите.

Леви-Строс вели: "...социјалната антропологија (структуралната антропологија) е родена тогаш кога се откри дека сите видови на општествен живот - економски, технички, политички, правен, естетички, религиски - творат една смисловна (сигнификантна) целина, па затоа е невозможно да се сфати било кои од тие видови ако е издвоен од останатите. Од целината се оди кон деловите или барем се дава логички приоритет на целината." [27]

Па така во средето на теоретската размисла на Леви-Строс лежи категоријата "структура" која Леви-Строс ја дефинира како *објективизација на општествениот тоталитет која изразува одредени претстави или смисловни (сигнификантни) врски*[28] Затоа неговата антропологија не тргнува од некој претпоставен органски или механички тоталитет, туку тргнува од смисловната или сигнификантната целина што ја одредува смислата и значењето на сите други делови на општествениот живот. Општеството, според оваа структурална епистемологија, е сигнификантен тоталитет кои владее со своите делови.

Леви-Строс смета дека методолошкиот клуч го пронашол во лингвистиката, па затоа поаѓајќи од Де Сосировата поделба на јазикот (говорот) на функција **означување** (фонолошки материјал) и функција

[26] Споредете; Z. Golubović, Strukturalizam Klod Levi-Strosa i njegov uticaj na modernu antropologiju. *Antropološki portreti*. Beograd: ZUNS, 1991. и R. Supek, "Strukturalna antropologija K.Levi-Straussa." predgovor za K. Levi-Stros, Divja misao. Beograd: Nolit, 1978, 7-33.

[27] Claude Lévi-Strauss, *Structural Anthropology*, op. cit. p. 94-94.

[28] Структурата за Леви-Строс ја конституира самиот аналитичар. Со нејзина помош ги објаснува културните појави, сведувајќи ги на несвесни заеднички основи.

означено (поимот), поточно од фонолошкото и семантичкото својство на јазикот (говорот), доаѓа до неговите поставки за скриените структурални правила во општеството. Крепејќи се на методот на Прашката јазична школа и Де Сосировите идеи кои убедуваа дека во изучувањето на јазикот треба да се тргне од структурата на фонологијата т.е од звучниот (гласовниот) аспект на јазикот, а не од семантичкиот аспект, бидејќи секои јазик (говор) во фонолошкиот аспект претставува практично една неограничена маса или корпус на гласовни комбинации. Но, секој јазик (говор) *остварува* од таа маса гласовни комбинации само некои одреден, конечен број на комбинации кои така остварени подлежат на одредени правила на нивна формација.

Секои јазик (говор) истовремено структурира еден дел од целата маса гласови кои може да ги изговориме, а говорот со тоа твори одредени **резови** во исто така аморфната маса на она што се означува. Активната функција на означувањето го одредува во еден потег опсегот на означеното и неговите односи. На пример, говорот како единечна примена на правилата и аморфниот фонетски материјал, благодарение на правилата и материјалот, структурира еден дел, на пример поимот за четвороножно живо суштество кое е најблизок пријател на човекот, но во исто време на семантички план истиот поим се режи (расцепува) на различни форми кои се однесуваат или означуваат иста идеја или како во примерот “четвороножно живо суштество кое е најблизок пријател на човекот” кое го има македонскиот рез “к-у-ч-е”, англискиот рез “d-o-g”, германскиот рез “h-u-n-d” и слични јазични расцепи.

По аналогија на ваквите лингвистички постапки, структуралната антропологија настојува на овој начин да ги анализира социо-културните појави, поточно да покаже како поединечните култури режат или расцепуваат една идентична невидлива структурална основа низ сопствените манифестации на религиското, митолошкото, политичкото и слично. Прв непосреден успех на лингвистичкиот модел во социо-хуманистичките истражувања беше кога со него Леви-Строс ги објасни структурите на родбинското сродство.

Леви-Строс во методолошка смисла се одлучува за синтаксата против семантиката, бидејќи фонолошката позиција се состои во откритието дека произлегува од елементите кои самите по себе не се сигнификантни. Еден збор сам по себе ништо не значи се додека не е ставен во однос со друг збор, и додека тие во таквата комбинација не ја разграничат на делови стварноста на која и се однесуваат по својата репрезентативна функција. Но, начинот како ќе се разграничи стварноста, поточно како ќе го формулираме означителот не ни е дадено, ниту на некаков начин е определено од природата на самата стварност, туку начинот е во самиот акт на означување, каде се гледа дека смислата е изведен, а не почетен феномен. Накратко, постои очигледна *произволност и своеволност* во изборот на означителот. Токму врз основа на ова, Леви-Строс доаѓа до изразите на родбинските системи кои ги проучува, откривајќи дека различноста на родбинските

системи во културите не е предодредена од или со некоја природа или имаа однапред дадена смисла, туку се произволни, поединачни, сигнификантни и организациски резови на човекови односи во рамките на една култура.

Леви-Строс лоцира различни системи и структури на класификација на природните појави (пр. Ескимите има десет различни збора за десет различни видови на снег, кинезите имаат различни имиња за прв, втор, па се до седми братучед), различни родбински структури, различни односи кон тотемите, па врз основа на овој лингвистички модел ги толкува како створени, сигнификантни, организирани човекови светови кои човекот произволно, во согласност со своите практични потреби, со мисловен зафат во стварноста ги створил и сигнифицирал. Но најбитно, сигнифицираноста и организираноста не произлегува од природата на самите предмети кои се означуваат и осмислуваат, туку произлегува од *природата на човековиот дух*. А овој дух е идентичен како кај "примитивните", така и кај "цивилизираните". Овој концепт за приоритетот на духот во процесите на сигнификација на културните односи и поведение потсетува на Кантовиот априоризам бидејќи човекот го конституира својот свет на смислени социјални врски спрема одредени карактеристики на својот дух кој му се структурално вродени. Но, самиот Леви-Строс вели дека неговата идеја е **кантовство без трансцедентален предмет,** едноставно смета дека homo sapiens-от се појавил во светот и дека врз основа на некои константни диспозиции на својот дух воспоставува во светот смислени, сигнификантни врски. Секако дека ова воспоставување добива еден автономен карактер таму каде човекот создава некој нов облик на организација, која пак организација во својата организираност станала независна од надворешните влијанија и фактори, онака како се организирале и осмислиле религиозните верувања и практики.

Целиот методолошки потфат кон иследувањето на социо-културните појави на Леви-Строс со моделите и методите на лингвистиката може да се објасни со четирите епистемолошки екстраполации:

Како прво, онака како што во фонологијата се поаѓа од изучувањето на свесните лингвистички појави врз основа на несвесните инфраструктури, така и во иследувањето на општествено-културните појави како обичаите, верувањата, институциите и слично, се бара една подлабока структура која ќе ни го даде клучот за разбирањето на правилностите по кои се раководат овие појави. Во неговата студија *Елементарните структури на сродството* Леви-Строс открива дека двата толку различни родбински системи, индо-европскиот и сино-тибетантскиот, во себе содржат посебни структури кои остануваат несвесни за самите овие културни заедници кои припаѓаат на овие цивилизации.

Како второ, онака како што Де Сосировата лингвистика одби да се занимава со термините по себе како такви, туку како основа за анализа ги зема односите и релациите меѓу термините, така екстраполирано од

лингвистиката во културната антропологија, би значело одбивање на секаков вид атомизам и асоцијативизам во анализата на општествените појави и јасна определба за еден гешталтистички пристап. Во општествената стварност постојат три вида на основни односи или комуникации меѓу поединците, а на нив им соодветствуваат три основни видови на општествена размена и тоа: **размена на зборови, размена на добра и размена на жени.** Затоа лингвистиката ги проучува размените на зборовите, политичката економија ги проучува размените на добрата, а етнологијата или културната антропологија ги проучува размените на жената. Темел на секое примитивно, архаично или петрифицирано општество е родбинскиот систем (клетката на општеството) кој е фундиран на размената на жената. Секогаш еден маж дава сестра или ќерка на друг маж, па така се воспоставува родбински однос. Овој акт на размена на жени е првобитен или почетен акт на општествена размена, следствено и комуникација. Со овој акт на размена се конституира самото општество, бидејќи структурата маж-жена-дете-вујко или т.н. *авункуларен систем* е основен структурален елемент на суперструктурата на родбинскиот систем. Разбирливо, врз основа на овој структурален елемент, кој не е затворена фамилија, се градат различни и сложени родбински системи, чија разниликост само ја потврдува инвентивноста на човековиот дух во творењето на прапочетните правила во изградбата на општествената заедница.

Како трето, самото иследување на односите, а не на термините, не наведува на поимот *систем*, кои како таков претпоставува структура. Структурата е појмовна апстракција од една конкретна низа односи кои привидно даваат впечаток на непрегледно шаренило или разновидност, но односи во кои анализата открива одредена поврзаност и правилност, која нам ни дозволува да зборуваме за систем. Поимот *систем* нужно се наметнува затоа што множеството појави за кои станува збор во културната антропологија се комбинации од односи каде само одредена комбинација се зема како темелна или инфраструктурална. Етнолошките истражувања покажале дека е голем бројот на родбинските системи кои почиваат на забраната на инцестот, но каде правилата на егзогамијата можат на сложен начин да се применуваат во односите меѓу сродничките групи. Но, во основата на сите родбински системи, секогаш наоѓаме одредени правила кои покажуваат како со свесна акција го градат својот општествен систем. Истражувањата на Клод Леви-Строс одат токму во овој правец, со цел да се утврдат потсвесните правила или клучот на кои почиваат родбинските системи на кои "примитивците" се придржувале. Припадниците на архаичните општества толку прецизно и ингениозно се придржувале до правилата, да тоа не значи дека тие правила се засновани на друг тип интелигенција или на некои квалитативно различен начин на расудување. Оваа теза за антидиконтинуитетот меѓу "примитивните" и "цивилизираните" е клучната теза во *Дивата мисла.*

Четврто, како што лингвистиката настојува индуктивно да ги открие општите закони или пак логички да ги дедуцира од нивните комбинации, така и структуралната антропологија има за цел да ги открие таквите општи закони. Значењето или вредноста на таквите закони во антропологијата е во тоа што овозможуваат научно предвидување. Како што Редклиф-Браун врз основа на извесни одредени правилности на родбинската комбинаторика, успеа да предвиди дека мора да постои уште еден посебен родбински систем, кој дотогаш не беше познат во етнологијата. Но, навистина, овој систем беше покасно откриен кај одредени австралиски племиња.[29]

Структурализмот дозволува извесен број на групни комбинации да се земат како најверојатни, па на таа основа да се изведат реалните комбинации. На овој начин предвидувањето е возможно, особено ако го познаваме делот од системот, па сакаме да ги предвидиме деловите од системот кои се уште не сме ги спознале, а кои мора да се покорни на одредените правила на "целината". Истото може да се направи и кога сакаме врз основа на развојот на некоја структура, да ја предвидиме следната фаза или да ретродикцираме претходната фаза во развојот на истата структура.

Во структуралистичките истражувања на културата заклучувањето од делот за целото или од целото за делот (индукција и дедукција) е често применувана методска практика. Леви-Строс ја применува индукцијата во неговата структурална антропологија, но ја претпочита индукцијата која почива на "*идеалниот тип*" или "*репрезентативниот примерок*", на сметка на статистичката или енумеративната индукција. Додека Редклиф-Браун е на спротивна позиција во методологијата на истражувањето на појавите во архаичните заедници и смета дека појавата мора да се проверува со што е можно поголем број инстанци, поточно да се шири базата на податоци од кои ќе се извлече заклучокот за целината или општиот став. Диркем, Голдштајн и Леви-Строс неспорно се уверени дека иследувањето на многу бројните случаи не нè спречува врз основа на *типичниот случај* да заклучиме општ став за закономерноста или правилноста на некоја културна појава. Оваа методолошка позиција за употребната вредност на типичниот случај произлегува од теоријата за целината, по која постојат структури кои се совршено и идеално организирани и други структури кои отстапуваат во многу детали. Најсовршената структура воедно е и најправилната и најзакономерната структура. А такви совршени целини се органските структури во кои владеат финалистичките или телеолошките правилности.

Така врз основа на ова, структурализмот во социјалната антропологија покажува сличност со органскиот структурализам, па затоа

[29] Видете; А. Р. Редклиф-Браун, *Структурата и функцијата во примитивните општества*. Скопје: Сигмапрес, 2001.

Леви-Строс предупредува дека човековите духовни способности кои ги одредуваат правилата на организацијата се негови (човекови) природни или хередитарни (наследени) диспозиции.

Заклучни согледувања

Од претходниве назначувања може да се согледа дека структуралната анализи и структурализмот воопшто воспоставува еден статички методолошки, ни и објективистички поглед кон предметот на истражувањето. Од друга страна, овој концепт, во преден план го става системот, структурата, структурално - функционалниот склад и законите на склопот. Со ова, структуралистите ги отфрлија трасцедентните причинители од допуштената расправа за природата на нештата. Меѓутоа, отфрлајќи ги оностраните фактори на анализата се занемари и човекот како индивидуа и како средиште на севкупната смисла на научниот ангажман. Затоа заклучно извлекуваме две структурални тешкотии на структурализмот. Првата објекција се состои во тоа што структурализмот како теорија и метод не може да ги објасни конфликтните општествени ситуации, нити внатрешните општествени спротивности, а ниту пак револуционерните преврати, бидејќи во себе како методолошка и теоретска супстанца ја содржи статичноста. Структурализмот и функционализмот по природа, по себе не можат да реферираат на општествените процеси – настанок, промена, конфликт и развој.

Структурализмот кој уверува во општеството како социјален систем на етаблиран владејачки институционален и нормативен поредок, кој учи за општество кое се состои од делови кои се складно поврзани во структурално - функционално единство и кој претпоставува општество во кое единките, групите и институциите вршат извесна позитивна улога (функција) која придонесува за одржување на системот, подеднакво мора да увери и дека штом институциите постојат тогаш тоа е доказ дека вршат извесна позитивна функција за целината. Па така, се што отстапува од постоечко -владејачкиот систем и што не придонесува за одржување на рамнотежата на системот мора да се окарактеризира како социо -патолошка девијација и деформација.

Но, во оваа смисла структурализмот функционира како репресивна идеологија или идеологија која оправдува тоталитарни општествено – политички тенденции. Во смисла дека штом структурализмот постулира приоритет на системот над единката, штом одржувањето на системот е пред единката, штом потребата на системот се заменува со лична потреба и штом перзистенцијата е пред индивидуалната среќа и персоналното совршенство, тогаш се доаѓа до губење, алиенирање на единката во општеството. Таа веќе не е двигател и носител на општествените процеси. Поединецот така ги

следи само целите кои ги одредува системот и ја губи социјалната автономија запаѓајќи во краен конформизам. Структурализмот, во оваа смисла, е идеологија на конформизмот, затоа што е возможно системот добро да функционира, а некои социо-групи да се во крајно неповолна ситуација или спротивно, системот да има болни кризи, а некои групи фрапантно да просперираат. Па затоа, колку и да звучи мудро, сепак филозофемата на Кенеди "гледај што можеш ти да направиш за државата, а не што таа може да направи за тебе" не е ништо друго освен применет структурализам и функционализам кој содржи тенденција кон тотализирање на општеството и губење на единката. Денес со суптилните механизми на контрола (нови медиуми, нова технологија) над функционално – структуралниот склад се повеќе се покажува потребата од една микросоциологија, од една нова хуманистичка социологија која човекот ќе го врати на местото двигател и носител на општествените појави.

METHODOLOGICAL CAPACITATE OF LINGUISTIC MODELS IN SOCIAL SCIENCE: STRUCTURALISM AND STRUCTURAL ANALYSIS

Summary

This article is exploring the epistemological characteristics and heuristic capacities of the linguistic models during their use into the methodology of the scientific researches in the socio-humanitarian disciplines. Starting from the revolutionary researches of the language from Ferdinand de Saussure and extracting his methodological prewriting we come to the four module-coded standards of the linguistic researches (diachronic-synchronic, functionality-substance, arbitral: reference - referent *and system versus practice or langue visa vi parole) which are consumed as concessive-inventive axioms of socio-political analysis. The article has a goal to point out the methodological possibilities of the structural analysis throughout the research of the historical context of the birth of the structuralism, through analysis of the compatible structure of the mind and the structure of reality as well as the testing of the applicable endurance of the structural analysis in socio-anthropological system of Claude Levi-Strauss.*

Литература

1. Barry, P, 'Structuralism', *Beginning theory: an introduction to literary and cultural theory*, Manchester University Press, Manchester, 2002.
2. Бест, Стивен и Даглас Келнер. *Постмодерна теорија*. Скопје: Култура, 2001.
3. Deleuze, Gilles. "How Do We Recognise Structuralism?" In *Desert Islands and Other Texts 1953-1974.* Los Angeles and New York: Semiotext(e), 2004.
4. Golubović, Zaga. Strukturalizam Klod Levi-Strosa i njegov uticaj na modernu antropologiju. *Antropološki portreti*. Beograd: ZUNS, 1991.
5. Џепароски, Иван. Уметничкото дело во структуралистичките, постструктуралистичките и деконструктивистичките естетички теории. *Уметничкото дело.* Скопје: Култура, 1998.
6. Đorđević, Jovan. "Teoriska osnova funkcionalizma". *Metodologija društvenih nauka*: Zbornik tekstova. prir. M. Pečujlić. Beograd: Novinska ustanova službeni list, 1976, 73-75.
7. Kovacec, A. "Ferdinand de Saussure i strukturalizam" во: *Uvod u lingvistiku*, (prir.) Zrinjka Glovacki – Bernardi, Zagreb, Skolska knjiga, 2001.
8. Levi-Stros, Klod. *Divja misao*. Beograd: Nolit, 1978.
9. Lévi-Strauss , Claude. *Structural Anthropology*, Basic books 50, 1963.
10. Мајер, Б. "Марксизам и структурализам". *Марксизмот и современото општество, том 1*: Зборник на текстови. прир.М. Печујлиќ. Скопје, 1982, 349-352.
11. Milić, Vojin. *Sociološki metod*. Beograd: Nolit, 1965.
12. Pečujlić, Miroslav. "Knzervativno jezgro funkcionalizma". *Metodologija društvenih nauka*: Zbornik tekstova. prir. M. Pečujlić. Beograd: Novinska ustanova službeni list, 1976, 66-70.
13. Pečujlić, Miroslav, (prir.) *Metodologija društvenih nauka*. Beograd: Novinska ustanova službeni list, 1976.
14. Pjaže, Žan. *Strukturalizam*. Beograd: BIGZ, 1978.
15. Редклиф-Браун, А.Р. *Структурата и функцијата во примитивните општества*. Скопје: Сигмапрес, 2001.
16. Сосир,Де Фердинанд. *Курс опште лингвистике*, ИКЗС, Нови Сад, 1996.
17. Supek, Rudi. "Strukturalna antropologija K.Levi-Straussa." predgovor za K. Levi-Stros, Divja misao. Beograd: Nolit, 1978, 7-33.
18. Šešić, Bogdan. *Osnovi metodologije društvenih nauka*. Drugo izd. Beograd: Naučna knjiga, 1978.

821.163.3.09

Асс. м-р **Ивица МАКСИМОСКИ**

ДВА СУШТИНСКИ ЕЛЕМЕНТА ОД ПРЕДМОДЕРНИСТИЧКИ ПРОЗНИ ДЕЛА ВО МАКЕДОНСКАТА ЛИТЕРАТУРА

Апстракт

Во богатата македонска литературна ризница постојат мноштво напишани книги,но тешко воочливо е нивно разграничување.Македонската литература има атипичен развој, па во еден ист временски период може да се создадат дела од различна провиниенција со што се потврдува нејзината а-типичност.За многумина по реализмот следува модернизмот.Но, што е со периодот помеѓу овие две стилски формации.Залутан, изоставен, премостен е еден временски период од две децении.Но, тој период не беше заборавен и од наша страна.Се обидовме и ја докажавме неговата посебност и втемеленост како посебна стилска формација (подобро кажано- меѓуформација) т.е. премин од реализмот кон модернизмот.

Станува збор за периодот на раздобјето на соц-реализмот и онаа негова последна развојна фаза која што ја именувавме како предмодернизам со своја семантика и свои посебности.

Клучни зборови: *наратор, наратер, гледни точки, фокализатор, еротизам, предмодернизам, љубов.*

Вовед

Текстовите овозможуваат да откриеме кој е нараторот во делата и со чии очи се гледаат настаните. Мора да се направи суштинска разлика меѓу нараторот и наратерот како и да се прикажат различните гледни точки. Но, посебно место има и еротизмот кој ја носи новата компонента во литературните дела и прикажување на ликовите како живи суштества со чувства, разум, потреби и наклонетост кон пороци.Во овој дводеценискипериод се создаваат реалистични, модернистички и постмодернистички литературни дела. За да се воочи тоа во најмала рака треба да се имаат на прочит барем овие два текста. Станува збор за периодот меѓу шеесетите и осумдесеттите години на дваесеттиот век.

Нараторот и гледните точки во делата од предмодернизмот

Нараторот е важен елемент во секое прозно остварување. Литературата претставува затворено и хомогено еколошко рециклирање на текстовите.Нараторот е оној двигател на настаните во делата,кој ја раскажува приказната,а некогаш допушта да има гледна точка на настаните од аспект на некој лик. Нараторот може да биде:

- хетеродиегетски (отсутен од сопствената нарација, а тоа е сезнаечкиот-омнисцентен- наратор во трето лице еднина);
- хомодиегетски (да биде во нарацијата- лик наратор- наратор во прво лице еднина);
- автодиегетски (вклучен во повеста- главен лик).

Според Фрој литературата е единственото место каде може да се оствари и постигне слобода, а Тери Иглтон доаѓа до заклучок дека литературата претставува имагинарна алтернатива на модерното општество. Нејзината констатација за литературата е дека таа е замена за изгубената религија.

Ќе ги цитираме ставовите на Симор Четмен:„Раскажувањето е комуникација; оттука, тоа претпоставува две страни, испраќач и примач.Секоја страна подразбира три различни персоналитети.... само имплицитниот автор и имплицитната публика му се иманентни на делото, па се сметаат за конструкции на наративната-трансакција- како- текст.”[1] Вистинскиот автор (реалниот автор- писателот) и вистинската публика (реалниот читател) се надвор од текстот, другите четири категории се внатре во текстот.Имплицитен автор е збир на културни, етички, естетски норми кои реалниот автор ги усвојува.Имплицитниот автор е многу апстрактна работа и е збир од сите норми,тоа е животната филозофија на книгата.Наратор е апстрактна инстанца која ја одржува наративната инстанца (безличен наратор во 3л; личен наратор во 1л), наратор е оној кој говори.Наратер- може,но и не мора да постои, а тој е пар на нараторот и е прв примач на пораките на нараторот.Имплицитниот читател е идеален читател кој сите норми би ги исчитал и би ги сфатил или реалниот читател до кој се обраќа реалниот автор.Светото писмо има анонимен автор, има имплицитен автор (бог),имплицитен читател би бил идеален верник и кој би разбрал сé од неа (бог).

[1] С.Четмен:Приказната и говорот

Реален читател е секој читател што ја чита книгата.Реалниот автор = писателот;биографизам; Наратор+наратер=структурална наратологија; Имплицитен автор= филозофската критика;

Имплицитен читател се занимава со психологија на творештвото.

Цветан Тодоров посочува три типа наратори. Ќе го цитираме:

„НАРАТОР > ЛИК (ВИЗИЈАТА „ОДЗАД").Нараторот знае повеќе од својот лик.Неговите јунаци за него немаат тајни.

НАРАТОР = ЛИК (ВИЗИЈАТА „ СО ").Нараторот знае исто колку и ликовите,тој не може да ни даде некое појаснение пред да го најдат самите ликови.Од една страна,раскажувањето може да биде водено во прво лице или пак во трето лице,но секогаш согласно со визијата за настаните од ист лик...Од друга страна, нараторот може да следи еден или повеќе ликови.

НАРАТОР < ЛИК (ВИЗИЈАТА „ОДНАДВОР").Во тој трет случај нараторот знае помалку од кој било лик.Тој може единствено да ни го опише тоа што го гледа,слуша, итн.,но тој не пристапува кон никоја свест"[2]Првата ситуација користи омнисцентен наратор или раскажувач во 3л.еднина (Er-наратор) т.е. божја перспектива;тој е и внатре и надвор и е Бог,тој во исто време е и омнипрезентен и од две различни места соопштува информации.Го има во сказните, и е најблиску до реалистичниот модел на раскажувањето.Во принцип нема веродостојност без ваков наратор.Ликот е марионетка во рацете на нараторот. Втората ситуација е кога самиот лик раскажува и е лик-наратор или наратор во 1л.еднина (ic-H- наратор).Типична за модерни раскажувања.Третата ситуација кога нараторот знае помалку од ликот е карактеристична за криминалистичките жанрови. Нараторот е сведок кој нема врска со свеста и размислувањата на ликот во делото.Цветан Тодоров пишува: „Уметничкиот раскажувач се развива во еден свет исполнет со зборови на другиот, сред кој тој го бара сопствениот пат."[3]Во врска со местото на нараторот ќе го цитираме истиот автор: „Раскажувачот е тој што ги отелотворува начелата врз основа на кои се донесуваат вредносни судови; тој е оној што ги прикрива или ги разјаснува мислите на ликовите…избира меѓу директниот говор и пренесениот говор, меѓу хронолошкиот ред и временските растројства.Нема расказ без раскажувач." [4]

Може да заклучиме дека не постои раскажување во кое има ликови,а нема настани.Расказниот дискурс е постојана игра со промена на наративни гласови и гледни точки.Расказниот текст се состои од вклопување на повеќе гледни точки и наративни гласови.Промена на гледната точка значи промена на значење. Гледните точки подразбираат различни гледишта.Гледната точка

[2] Ц.Тодоров: Теорија на прозата " Детска радост "-Скопје1997г. стр.211-212
[3] Ц.Тодоров: Поетика:"Детска радост.-Скопје 1998г.стр.71.
[4] Исто стр.94

го определува дискурсот т.е. површината на нарацијата,ја определува состојбата на дискурсот и овозможува да кажеме со чии очи го гледаме светот или настаните во литературното дело. На прашањето: кој гледа?- на преден план излегува гледната точка;а на прашањето: кој говори?-доаѓаме до наративниот глас.

Во поглед на нараторот во романот „Последниот лет на птицата селица" од Бранко Варошлија работата е кристално чиста како солза и јасно е дека нараторот е во 3л.едн. т.е. сезнаечки наратор, а гледната точка е од негова страна и нему својствена.

Во книгата раскази "Осамени минувачи" од Бранко Варошлија работите во поглед на нараторот и гледните точки се малку посложени.Само два од 19 раскази се со наратор во прво лице (іс-Н наратор), а другите се раскажани преку Ег-наратор. Најтипичен е првиот расказ, кој е најдолг "Една пукнатина на безизлезноста" раскажан преку личен наратор (хомодиегетски наратор; лик учесник во приказната).Нараторот е двоен(како наратори се јавуваат и момчето и девојката по име Ана),а се јавуваат и две гледни точки: едната е на девојката по име Ана,а втората е гледната точка на нејзиното момче.Вториот расказ со хомодиегетски наратор е расказот "Авантура".Од другите раскази со сезнаечки наратор се расказите:"Последен круг","Осамена Ева",„Суво заборавено стебло"и"Ден за рекорд".Расказот "Последен круг" е карактеристичен зашто за разлика од сите останати раскази со теми од љубовта и војната,се раскажува за несекојдневна ситуација човечка занимација,коцкарството во која ни се предадени четворица играчи на покер.Но, и ова не би било толку интересно за да го издвоиме овој расказ,доколку секој од нив не се потсети на еден одреден момент од животот и го раскаже во себеси, од своја гледна точка.Има четири различни гледни точки (станува збор за автодиегетски наратор). Нешто што е реткост во нашата литература.Расказот "Суво заборавено стебло" е карактеристичен затоа што е дадена гледната точка на заљубеното момче кое ја набљудува саканата личност, со која некогаш бил во љубовна врска (имал интимен однос со неа),а таа сега се наоѓа покрај друг човек и затоа заклучува дека не знае да сака вистински:„Таа е среќна, помисли. Среќна е без да сака, без да го сака него. Како можев да мислам дека е вљубена.Таа е само среќна. Што е свршена за културен човек.Што влегол некој во нејзиниот тивок, мал живот. Па таа воопшто не ме сака,помисли и тоа го зачуди.Можел да биде секој друг, наместо мене."[5] Има лик-наратор, раскажувањето се одвива со мешање на нараторот во 1л.(што ја оправдува постапката) и наратор во 3л.,но гледната точка и настаните кои се прикажани се согласно со размислувањата на ликот кој раскажува.Сличен е расказот "Ден за рекорд" во кој главна тема е спортски натпревар во ски-скокови, а гледната точка е од страна на несреќно заљубеното момче кое ја видело

[5] Б.Варошлија:Осамени минувачи-Скопје "Култура" 1975 стр.243

поранешната девојка со друг дечко:“Ќе видиш- помисли, ќе видиш ти курво.”[6] Станува збор за лик- наратор и важи сето она што го наведовме за претходниот расказ.Од болка, гнев и омраза се самоубил после постигнатиот рекорд на натпреварот во ски- скоковите.Елемент на апсурд.

Мошне интересно и впечатливо место има нараторот во книгата раскази (роман- подвлеченото мое) “Црвено рондо” од Благоја Иванов.Од десетте раскази половината се раскажани преку сезнаечки наратор,другата половина преку лик-наратор, Душко.Расказите:“Црвено рондо” и “Момчиња” имаат сезнаечки наратор без гледна точка на некој од ликовите.За разлика од нив расказите:“Поглед низ прозорецот во ноќта” и “Бегство”се раскажани со сезнаечки наратор,но гледната точка во првиот е на Душко,а во вториот на Душко и Мила.Расказот „Смрзнати прозорци” е со сезнаечка нарација,но ликот не е именуван,а гледната точка е предадена преку „очите” на несреќно вљубеното момче чија љубов не била возвратена. Наспроти нив се расказите во кои има лик- наратор,Душко,чија е и гледната точка.Такви се расказите:“Враќања”, “Патување до реката и назад” и “Роденден”,но за последниот типична е нарација во 1л.мн. исто како во “Малиот воз”.Од расказите што се со лик- наратор го издвојуваме“Мала авантура” во кој гледната точка е на нараторот кој не е именуван.Поради овие елементи книгата делува како автобиографски роман во кој главниот лик е Душко, а неговата гледна точка е и најчеста во делото.

Во романот “Стебла” од Славко Јаневски не е предадено само гледиштето на писателот изразено преку гласот на сезнаечкиот наратор туку е дадено и од страна на ликовите- учесници во романот.За бесперспективата на Апостол Коцев не дознаваме само од позицијата на „сезнаечкиот наратор”, туку и од самиот него или пак од дописникот Кузман З.,а може и од други ликови во романот.Новитетот во романот е: „Бележникот на Кузман З.” во кој како наратор се јавува самиот запишувач Кузман З. нарацијата е во 1л.- позиција на лик-наратор,но се јавува како наратер слично како бабата која што ја раскажува приказната:“како господ ги создаваше луѓето” во книгата раскази “Црвено рондо” од Благоја Иванов.Во романот има мноштво на гледни точки (колку ликови- толку гледни точки).

Во романот “Потомците на Кат” од Методија Фотев имаме лик-наратор (іс-Н наратор) кој е присутен во првите страници.Тој е колеблив несигурен во себе,во своите намери и цели,па како да му веруваме оти кажува вистина во приказната што ја раскажува во романот.Ќе се покаже дека ова било „трик” на авторот кој лик- нараторот вешто ќе го трансформира во сезнаечки наратор, забележано на 31-та страница:“Детето Сандар се врати дома подоцна од деда си Тихона: тој влезе во дворот, се

[6] Исто стр.244

накашла и се упати под черешната."[7]Во извадоков ја откриваме мајсторската трансформација на авторот при која лик- нараторот преминува во сезнаечки наратор.Ваквиот наратор е типичен за реалистичен начин на раскажување.За илустрација ја даваме реченицата која ја скративме, стилот на авторот е да пишува долги реченици со милион зборови.Сегментот покажува дека авторот успешно ја завршил операцијата со промена на нараторот.Ова е уште еден несвојствен и атипичен пример во нашата литература.Гледните точки се бројни како во романот "Стебла" од Славко Јаневски.

Во романот "Вкусот на праските" од Влада Урошевиќ на прашањето кој гледа/говори се наоѓаме пред проблем во поглед на точното утврдување, зашто субјектите на дискурсите кои го сочинуваат романот се променливи и непостојани.Се препознава модернистичката, но и постмодернистичката желба да се разниша една,стабилна,"божја",неприкосновена перспектива,димензија на фокализација и наративна трансмисија на еден таков начин да се расчисти полето во кое владее омнисценција и омнипрезентација на класичниот наратор како да има два наративни гласа и две гледни точки (една на Олга, друга на Драган), но за првпат во нашата литература е воведен цитирачкиот субјект, а тоа се деловите запишани со курзивно писмо во кои се пишува научна студија за Охридското Езеро, научна студија за скопскиот земјотрес од 518г. и се преведуваат цитати од „Историјата" на Херодот.Цитирачкиот субјект делува како трет наративен глас, а истовремено и трета гледна точка во овој роман. На некој начин ова нешто го докажуваме како авторска стратегија и модерна техника во желбата да го разниша омнисцентниот наратор и да го помати неговото, „чисто" како солза, место во нашата свест.

Еротизмот во делата од предмодернизмот

Како една од типичните карактеристични црти својствени за литературните творби создадени во овој дводеценискиот период е секако, еротизмот.Од благ наплив со еротски набој до свеж, чист и здрав еротизам.Авторите во делата внеле ново и нетипично за дотогашното творештво.Еротизмот како нов елемент на делата им дава малку поинаква димензија и на преден план ги доведува чувствата, желбите и потребите на ликовите и многу отворено се предадени ваквите елементи во делата, а на ваков начин ликовите ни се претставени како живи суштества со свои потреби и сексуални поттици.Овој елемент ја внесува и „живоста" на ликот кој на тој начин е многу поблизок до реалниот човек од нашето секојдневие.Во претходните дела многу повеќе се водеше сметка за

[7] М.Фотев:Потомците на Кат-Скопје "Култура", "Македонска книга" 1980 стр.31

размислувањата на ликовите, а еротското беше на суптилен начин прикажано и многу умешно прикриено пред очите на читателот.Ликовите беа идеализирани и премногу морализирани, а овој елемент беше "табу-тема" во нашата литература.Во романот "Последниот лет на птицата селица" од Бранко Варошлија еротизмот е често присутен и на делото му дава една хумана димензија, а со тоа ја зголемува веродостојноста на романот. Еден таков момент е кога Мате ја забележува за првпат Биса: "Девојката стана и за Мате тоа беше едно од најслатките чуда на овој свет. Бавно и се занишаа колковите додека се протегаше пред да тргне кон водата и тој не можеше да се воздржи да не истегне едно:"Исусе"!"[8]Ја забележуваме пасивната (платонска) љубов на едени лик кон друг. Ова е љубов на прв поглед и се зема само еден дел од човековото тело, а тоа се колковите кои го поврзуваат горниот со долниот дел на телото.Личностите се далеку еден од друг и помеѓу нив постои лична дистанца.Колковите му ја даваат цврстината и исправеноста на човечкото тело и се симбол за цврста и силна љубов на Мате кон девојката.Наредниот пример со благ еротизам е даден во ситуацијата кога Кондорот и пеачката се забавуваат: „Потпрен со плеќите на својот автомобил,Кондорот цврсто ја стегаше до себе пеачката од терасата,за цела глава повисок од неа, со дланки цврсто опрени на нејзините колкови,а таа одвреме-навреме се смееше на неговите мечешки ржења со кои ѝ ја искажуваше својата нежност."[9]Станува збор за активна љубов со физички допир на ликовите.Се алудира на колковите.Блага авторска иронија некој да изразува нежност кон другиот со мечешки ржења.Постои интимна дистанца меѓу ликовите кои се наоѓаат во јавна територија.Односот меѓу ликовите е многу близок.На многу умешен начин е прикажана еротската сцена, во манастирот, меѓу Мате и Биса: "Тој со телото го допре нејзиното тело, го опфати со рацете и таа одвај осетно почна да се гиба, да оживува....Ноќта имаше врели усни, раздвижени слабини и шепи со безброј прсти, ноќта беше гумно со огнен стожер во средината што длабеше и длабеше,а околу него напнато се вртеа испотените колкови на здивените коњи.Во ноќта се врши големата работа на плодот,се бара самата зеница на светлината."[10]Активна љубов при која има телесни допири и се остварува интимен однос.Постои интимна дистанца меѓу ликовите.Се алудира на колковите меѓу кои се наоѓаат гениталиите. Просторот е манастирот, јавна територија, временски период ноќта, вообичаен период за водење љубов меѓу брачните партнери.Зеницата на светлината е симбол за новороденчето кое ќе биде плод на сексуалниот чин меѓу Мате и Биса.Нашата забелешка е упатена кон авторот кој дозволува интимниот однос да се изведе во сакрален објект - манастирот кој е примарна територија за личностите кои своите животи и телото и душата му ја посветиле на господ.Еротизмот го забележуваме уште

[8] Б.Варошлија:Последниот лет на птицата селица-Скопје "Македонска книга" 1968 стр.16
[9] Исто стр.30
[10] Исто стр.44

во два случаи кога Мате и Биса се на престој во манастирот, а тоа се ситуациите кога Мате ја гали Биса по коленото,а вториот момент е кога седат на масата на терасата и Мате ја гали Биса,а сето тоа го набљудува пејачот.Прегледот на сцените во кои има еротизам, во овој роман, ќе го завршиме со сцената меѓу Мате и жената на Јаловакот: "Полека тргна кон неа... Мате благо ги допре нејзините раменици. "Не можам", рече таа и се слизна покрај него на каменот. Мате ја покри со своето тело и ја почувствува одеднаш, гибава, жива и топла.Сé посилно и посилно се припиваше во него патем премале и набргу почна истата игра."[11] Активна љубов со телесен контакт меѓу ликовите.Има интимна дистанца во јавна територија.Се работи за брачна изневера.Учесниците во љубовната игра имаат брачни партнери,но ги изневеруваат.Неетичка постапка на ликовите.Тие го изневеруваат и општоприфатениот кодекс на морално и чесно однесување во системот на општествени вредности.

Во романот "Потомците на Кат" од Методија Фотев еротизмот е многу млак, нежен, пластичен, дури до нијанси суптилизиран, зашто делото трпи влијание од реалистичките романи каде се избегнува изведувањето на еротските елементи на сцена и на виделина. Така е во случајот со Спасија Аргатката и циганот Мајо која ја претставувал како ќерка,а не како жена.Не се пишува ништо ниту за нејзе и Федор Русинот со кого живеела по смртта на Мајо; нема ништо во романот што би ја потврдило вистината на озборувањата за некогашната љубов меѓу Тихон Пламенков и фатената Галевица.Дури и кога се насетува интимниот однос меѓу Мануил и Гликерија Јаковска, негова братучетка, внука на Тихона, а тоа е инцест, тоа на умешен начин е изоставено.Се открива во разговорот на семејството Пламенковци и нивните клетви упатени кон девојката. Значи, еротизмот постои, но на пластичен начин е прикажан. Еротизмот на сцена во овој роман, е прикажан во моментот кога Спасија се преоблекува, а сето тоа го гледа Тихон, но нејзе не ѝ пречи: "Кога остана жената по кошула, се распетла на градите и Тихон и ги виде боските, прави и вршлести како на девојка... се распетла поради него, нему му ги покажа високите гради, нему му се смееше зазбивтано … Спасија се фати со рацете за боските ги стисна и со тој стисок, сите нејзини желби ги пренесе на Тихона."[12]На преден план е изразена пасивната љубов.Не доаѓа до телесен допир, а е прикажана мечтателската љубов на Спасија кон Тихон. Таа му ги покажува своите гради кои се симбол на мајчинството и се првиот и основен извор на храна за новороденчето.Со тоа искажува дека го посакува Тихона и сака да има нешто блиско и интимно со него.Таа е припадничка на ромската заедница,затоа авторот дозволува да ги покаже градите,зашто Ромите важат

[11]Исто стр.82

[12] М.Фотев:Потомците на Кат-Скопје "Култура", "Македонска книга" 1980 стр.259

за нецивилизиран и неедуциран народ.Доаѓа до израз моралниот карактер,честа и брачната верност на Тихон кон својата сопруга,иако таа не го гледа овој чин.Останува доследен на општоприфатените норми и кодексот за морално однесување во општествениот и семејниот живот. Авторот преку сезнаечки наратор дава опис на ситуации во кои е присутна Костадинка Блатиштец,а во описите внесува еротизам со опишување на градите,бедрата и колковите.Еротизмот во делото "Стебла" од Славко Јаневски директно изговорено од устата на ликот Богојчо Бундаров е изразено два пати. И тоа во разговор со некои од соселаните: "Ќе онадиме туѓи женички" [13] Станува збор за мечтателска љубов, вулгарноста е избегната, и се посакува нешто туѓо.Тоа не е во согласност со традицијата, културата,кодексот за морално однесување во колективната заедница- општествениот живот и етиката која не дозволува да се посакува нешто што е туѓо и што му припаѓа на друг, а не на оној кој тоа го посакува."Ако има сестричка- мушмуличка нека ја доведе со сабји да sвечиме, на иверки чамови да гмечиме." [14] Станува збор за мечтателска љубов.Се посакува нечија сестра. Вулгарноста е избегната преку метафоричниот израз кој има симболика.Мушмулата е симбол за женскиот полов орган-вагината,а сабјата за машкиот полов орган- пенисот.И во двата случаи станува збор за навреда на семејната чест со што се навредува нечиј авторитет и идентитет.Ваквата постапка говори за неморалноста,психичката растроеност и нестабилност на ликовите кои го кажале тоа.Индиректно се насетува во следниве дијалози:"Тебе како на вдовец не ти текнува ли?"Или , по грешка, од беневреците ти се спровира учкурот?"…. "А си ја чекал со монистени низи Костадинка Блатиштец кај јасенине."[15] Има навреда и повреда на нечиј авторитет и идентитет, и тоа на личност кого животната судбина го оставила без својот животен сопатник, и кој е обвинет дека наплатувал со монистени низи за сексуалните услуги на Костадинка Блатиштец.Во разговорот на Марко со својата 12-годишна врсничка во плевната: "Сакаш ли да станеме маж и жена? прашал Марко…Не сакам,рекла.Мала сум да раѓам.А сакаш ли да видиме зошто сум јас машко и зошто си ти женско?пак прашал.Ние не сме венчани, рекло девојчето. Но, тој веќе знаел дека и таа трепети и се фрлил врз неа, и ја поклопил, и го стиснал лицето со лице.Сега си ми жена,рекол.И косата ти мириса на смола.Девојчето останало да лежи под него."[16]Иако се дава сцена на покривање на лицето на девојчето од страна на момчето и сликата во која се вели дека девојчето останало да лежи под момчето,дури и бакнежот не е предаден јасно на сцена,сепак авторот не смеел да си дозволи да прикаже една ваква ситуација.Во разговорот,меѓу Фидан и Илија, за Аника: "Младиот Оканица, Фидан, сега сé уште војник, му кажа дека Аника нема отпор во себе

[13] С.Јаневски:Стебла- Скопје "Наша книга" 1976 стр.9
[14] Исто стр.235
[15]Исто стр.10
[16] Исто стр.62

за машките желби..Илија се увери на сено дека Фидан не го лажел."[17]Еротските елементи ги откриваме во разговорот помеѓу припадници на машкиот пол во кој се констатира дека девојката по име Аника во себе нема отпор за машките желби и потреби, а со тоа лесно ги задоволува машките побарувања.Најпрво Фидан,а потоа и Илија имале интимен однос со Аника.При обидот на Трајан да ја убеди Борјанка да замине со него:"Дојди со мене.Машко сум.Никој нема да види."....ѝ рече нека вика кога веќе не викала пред тоа кај црнците. "Оној,оној,повеќе ли може од мене?....Легни.Јас сега..Машко сум- ох, машко...Ќе легнеш... Негреби...Ќе- ох…"[18]Еротските елементи ги воочуваме при разговор на припадници од различен пол.Трајан се обидува да ја убеди Борјанка да водат љубов, велејќи ѝ дека никој нема да дознае за тоа.Ја потсетува дека била нечесна и имала сексуален однос со црнците и притоа не викала.Со тоа сака да каже дека сексот за неа е задоволство и уживање,а станал и нејзина рутина.Сексуалниот чин не е предаден на сцена, се насетува од кратките и неповрзани реченици во кои има восклици на возбуда и задоволство. "Костадинка тогаш му ги забуца забите в рака и се обиде да се тргне од неговата друга рака што се лизгаше по нејзиниот стомак, подолу подолу, обележувајќи лакови од едниот до другиот колк и влечејќи ја кон непожнеаните класје."[19] Доаѓа до сексуалниот однос, но тој е резултат на присила и надмоќност на припадникот од машкиот пол кој ја совладува Костадинка, но и таа не му останала должна; бранејќи ја својата чест му ги забила забите в рака. Авторот како да сака да каже дека Костадинка не била толку неморална и расипана како што другите зборувале за неа.Со многу суптилност и лиризиран израз еротизмот е претставен и во бележникот на Кузман З.:"Јаболкницата на гревот разлистуваше-Апостол и Костадинка го криеја коренот, а на привидно исушените вејки можеше да никне цут за едно утрешно библиско јаболко."[20] Еротските елементи ги насетуваме во информацијата оти Апостол и Костадинка вешто го прикривале гревот,се мисли на сексауалниот однос меѓу нив, има поврзување со Библијата и Првиот грев што го направиле Адам и Ева со забранетото дрво.Вториот еротски запис во Бележникот е следниот:"Даринка наеднаш ја расплете косата и рече недоискажувајќи се дека несреќата им е гостин од оној ден." [21] Еротските елементи ги насетуваме во симболиката на расплетената коса која има значење на нешто несредено и неусогласено помеѓу брачните партнери.Се насетува брачна изневера со нагласување на несреќата која настапила од некој одреден ден што го знаат само тие,а поради тоа таа многу страдала и патела, дури се затворила во шупата која што е симбол за нешто

[17] Исто стр.68
[18]Исто стр.89
[19] Исто стр.81-82
[20] Исто стр.158
[21] Исто стр.170-171

темно и мрачно.Гревот бил направен под некоја дуња. Иако од тој момент останала само сенката која е симбол на тажното сеќавање на тој миг и настан,сепак во нејзината душа никнал мрак, таа толку страшно и трагично го сфатила сето тоа што се случило.Не е исклучена можноста и таа да е предизвикувач на несреќата и онаа која ја направила брачната изневера,а може била присилена на тој чин.

Во романот "Вкусот на праските" од Влада Урошевиќ е претставен метафорично,т.е. сокот што го испушта праската,а се мисли на слатките и страсни еротски моменти меѓу мажот и жената."Забите загризуваат во кожата...колку да истече сокот.Сок:прво жолт звук во малечкото поле на вкусот…. Потоа ништо,со вториот залак сé исчезнува….Прстите остануваат лепливи."[22] Слика на идилична љубовна романса и реализација на првиот интимен однос и губење на невиноста.Смолата асоцира на крвта.Оревот е симбол на претходната затвореност и цврст став на девојката да остане девојка.Сокот е олицетворение на страст и сласт која што е неопходна потреба (сокот се пие за освежување и може да ја замени водата).Вториот залак алудира на вториот сексуален однос со кој исчезнува сета болка што се доживува при првиот.Лепливите прсти се асоцијација за прилепувањето на телата при сексот и знак за поврзаност меѓу партнерите.Внесувањето на пожарот на сцена во делото не е случајно, тој е алузија на страста и неизгаснетата потреба од љубов и секс што ја чувствува Олга.А кога на тоа ќе се придодаде нејзината желба за нешто "жешко" тогаш пред нас се отвора сликата за нејзиното мечтаење и измачување поради недостигот од партнер, љубов и сексуално задоволство.Сезнаечкиот наратор, суптилно дава сцени со благ еротизам: "Ги нашле двајцата наполно голи, раскажуваше жената зад неа. Биле љубовници."[23] Еротските елементи во овој извадок ги пронаоѓаме во исказот на некоја жена,која е случаен патник во возот,и која кажува дека биле пронајдени две наполно голи тела,а нејзина е констатацијата оти биле љубовници штом биле во таква позиција.Биле (како што обично се вели во народната конверзација) како од мајка родени.Голотијата на нивните тела алудира на нивниот интимен однос пред да ги најдат по катастрофалниот земјотрес."Ја чувствуваше својата кожа залепена за фустанот (клучната точка!) и неговата дланка која наполно ја опфаќаше облината на рамото."[24]Еротските елементи ги насетуваме при сликата на залепеност на фустанот за кожата,а тоа овозможува да се оцрта фигурата на женското тело.Зоран ја држи Олга во прегратка,а таа со затворени очи го чувствува допирот на телата.Се алудира на заемна и истовремена љубов.Асоцијацијата со вкусот на праските се повторува уште неколку пати:"Како со вкусот на овошките, рече тој.Како со вкусот на

[22] В.Урошевиќ:Вкусот на праските-Скопје "Култура"1965 стр.37
[23]Исто стр.119
[24] Исто стр.139

праските што ти ги сакаш.Го забораваш секоја зима и го откриваш секое лето.Зарем не ти се чини како да си го познавала отсекогаш,но и дека првпат го чувствуваш."[25]Алузија на љубовните авантури кои се кратки и слатки.Секогаш е исто,но сепак различно.Секоја нова авантура личи на претходната, но сепак има нешто ново по што се разликува од претходната. Нешто слично е опишана ситуацијата во која се алудира дека Олга станува искусна: "Чувствуваше: нејзиниот јазик беше искусен водич;низ мирисите влегуваше во неа сиот тој сплет на билје,тие надворешни кристали на подземните текови на рудите.Јас дознавам, помисли."[26] Се кажува дека Олга го почувствувала длабокото љубовно чувство и искуство таа од девојка станува жена.Со истакнувањето на искуството на јазикот како љубовен водич се алудира на заедничката љубов која започнува преку бакнежот.Рудите се симбол на животното љубовно искуство. Многу интересно и мошне сликовито со многу големо мајсторство е предаден нејзиниот прв бакнеж: „Ја оддели од sидот:бакнежот ја разбудуваше кожата,го доведуваше сетилото на допирот до восхит:кожата набабруваше,стануваше заоблена како да чува среде себе некакво јадро."[27]Бакнежот е само почеток на љубовната игра.Клучната коска е метафора за вагината.Значи, Зоран го пронашол клучот и ја отворил нејзината претходно долго затворена врата. Сексот е премолчен.

Во книгата раскази "Осамени минувачи" од Бранко Варошлија присутен е еротизмот во поголем дел од расказите,но тој е многу суптилен,нежен и извајан до такви нијанси што многу тешко се забележува и открива.Најзабележлив е во расказите: "Една пукнатина на безизлезноста", "Тој силен топол ветер", "Бегство" и "Осамена Ева".Ќе издвоиме два моменти со еротски наплив во расказот "Една пукнатина на безизлезноста".Првиот, ваков елемент,е во нарацијата на момчето.„Ти не ме сакаш, нели? По сево ова.Но, таа веќе беше женаСе исправи и симнувајќи го од себе фустанот легна до мене.Во својата немоќ,лежејќи така до неа,сфатив дека сум заробен во овој кревет,во овој батак што станува моја судбина."[28]На еден своевиден и умешен начин е премолчен и изоставен сексуалниот акт (односот) меѓу нив.Ана го раскажува тој миг меѓу нив:"И бевме две млади снаги што се бараат и што конечно се наоѓаат,сè до заморувањето,сè до сознанието дека стои нешто меѓу нас што со нашите нејаки раце не можеме да го отклониме, да го совладаме."[29] Еротските елементи се предадени преку потрагата на двете млади тела, а тоа е потрага по својот животен сопатник, љубовник или интимен пријател.И овде сексуалниот чин е премолчен,но тој се насетува, затоа што на него се алудира со потрагата по другиот.Во

[25] Исто стр.151
[26] Исто стр.163
[27] Исто стр.140
[28]Б.Варошлија:Осамени минувачи-Скопје "Култура"1975 стр.14-15
[29] Исто стр.46

расказот “Тој силен топол ветер” има свеж и нежен еротизам во посакувањето на Смилка по момчето: “Го гледаше продолжено и сфати колку е жеден за неа.На другиот крај на улицата му ги даде усните….Таа ги чувствуваше неговите дланки преку мантилот по своите бедра и знаеше дека ветерот е силен и топол и дека им ги мрси косите меѓу челата.” [30] Еротските елементи се предадени преку бакнежот и жедноста што се чувствува за оној кој што се посакува, а тоа е жед за секс, задоволство и љубов. Дланките поставени на бедрата од жената се алузија за цврстата и силна заедничка љубов.Во расказот “Бегство” е предаден во сликата на заеднички моменти меѓу Мате и неговата девојка. “Ветерот го засука танкиот фустан околу неа, се закачи како чичка и тој можеше да ги распознае цврстите форми на младото, младо женско тело.”[31] Еротизмот ни е предаден преку оцртувањето на младото женско тело.Главата на момчето ставена во скутот на девојката е алузија за нивната физичка, телесна и психичка блискост и меѓу нив има интимна дистанца.Како во сите раскази така и во овој еротизмот е прикажан многу заоблено и во завиткана форма и предаден нежно и сраснат во изразот на нараторот којшто се обидува на вешт и умешен начин да го прикрие и на некој начин да наликува на останатиот дел од приказната. Еротизмот е замаглен,отежнат и мајсторски прикриен. Потврда наоѓаме и во наредните два цитати преземени од расказот“Осамена Ева".Еротизмот во првиот случај:“Потем долго го облекуваше костимот за капење….во присуство на големите жолти очи на песот што не се одвојуваа од нејзиното тело.”[32]Еротските елементи ги откриваме при облекувањето на костимот за капење,а со тоа се оцртува фигурата на женското тело.Тоа го набљудува песот кој е верен пријател и придружник на осамената Ева,а на некој начин се кажува дека нејзе и недостига љубовник.Брачниот партнер често патува и многу е отсутен од домот и од сопствената жена.Следната еротска сцена е сликата кога таа ќе се обиде да му помогне на младичот којшто бил каснат од змија, а таа се обидела да му го извади отровот:„Ја поткрена со рака ногата и полека наведнувајќи се, ја допре со усните раната. Беше топла.Таа топлина преку усните и се пренесуваше до самото срце..Диво загризе во топлото месо и почна да цица…Таа гризеше и цицаше наедно,диво и страсно до губење на здивот,до остра болка на рабовите на усните,ги стискаше очите и цицаше сé додека не го изгуби наполно здивот и не падна на камењата од верандата. “[33] Во оваа сцена еротските елементи се откриваат преку цицањето на ногата.Таа е алузија на машкиот полов орган- пенисот.Ева цица до онесвестување,а тоа значи дека нејзе очајно ѝ треба партнер за интимен однос.Оваа слика се повторува уште еднаш при крајот на расказот,но таа е во сонот на осамената Ева која се присетува на момчето на кое што му

[30] Исто стр.77
[31] Исто стр.148-149
[32] Исто стр.189
[33] Исто стр.198

помогнала да се спаси, нејзиниот маж кој бил лекар го однесол на болница и ѝ кажал дека непознатото момче се извлекло и останало живо.

Еротизам има и во книгата раскази (роман-подвлеченото мое) "Црвено рондо" од Благоја Иванов и тоа уште во првиот расказ кој го носи истото име како и книгата "Црвено рондо".Во разговорот меѓу еден маж и жена кои се општо именувани, жената која е вљубена во мажот си мисли оти ја изневерува со газдарицата:"Ќе ја повика овде и потоа ќе ја кутне: тоа го сака тоа старо аро,а и го дава речиси беспари. За една кирија."[34]Еротските елементи ги откриваме кога вљубената жена си замислува дека човекот што го сака ја изневерува со газдарицата.Во своите мисли оди до таму што мисли дека тоа го прави за евтини пари- за една кирија. Всушност, станува збор за наплата на сексуалниот однос.Во расказот "Смрзнати прозорци" заљубеното момче си ја замислува девојката како ја гледа низ прозорец додека се соблекува:"Полека го соблече фустанот,го зеде розовиот пењоар што беше префрлен преку таблата на креветот и,пред да го облече,се протегна пред огледалото.Сé на неа се преливаше во розова боја и чувствуваше како таа да трепети во безброј црвеникави нијанси."[35] Еротските елементи ги откриваме во замислите на момчето како ја гледа девојката која што го соблекува фустанот и се гледа во огледало да види дали е убава.Розовата боја е симбол на расцветана љубов, а црвената боја е симбол на крвта и страста. Со тоа се алудира на невиноста на девојката.Илузијата ја проширува понатаму па ја замислува како легнува в кревет:"за да може да гледа низ прозорецот како неговата девојка приоѓа до креветот,и легнува со горната половина и со тоа се отвори пењоарот па се виде разголеното колено што таа веднаш го покри."[36]Овде еротски елемент е разголеното колено на девојката. Тој ја замислува како таа легнува в кревет.Креветот алудира на интимниот однос кој што се одвива на креветот, а во кој учествуваат најчесто брачните партнери (љубовниците).Еротизмот е присутен и во расказот:"Поглед низ прозорецот во ноќта" во кој ликот- наратор Душко си замислува како ја набљудува својата девојка и во моментот на нивната средба што си ја замислува,би ја поканил неа да дојде за да бидат заедно: "Дојди",ѝ рече тој,"Дојди, зар не сакаш да дојдеш?"-ја прашуваше и таа седна на другиот крај од креветот... остана вчудоневиден кога таа го праша: "Уште ли ќе лежиш?" [37] Еротските елементи ги откриваме при повикот на момчето кон девојката да појде кај него.Таа седнува на креветот,а со тоа се алудира на нивната физичка, телесна и психичка блискост и интимност.Насетуваме дека претходната вечер дошло до интимен однос меѓу нив.Девојката посакува нивната врска да трае и да продолжат да бидат во близок интимен

[34] Б.Иванов:Црвено рондо-Скопје "Кочо Рацин"1964 стр.11
[35] Исто стр.43
[36] Исто стр.44
[37] Исто стр.110

однос.Најубаво еротизмот е прикажан во расказот "Враќања", ликот-наратор ни кажува за односот со својата стрина,што воедно е инцест,но и самиот тој не е сигурен дали е вистина: "лежевме со онаа моја стрина ...ова е најлошата ноќ а чичко ти го нема… добро е што те имам тебе,чедо мое веќе си толку голем како маж и сега зборуваш како маж...о ти си маж,о ти растеш така бргу...ти мил мој,ти машко мое,снаго моја што во утроба те имам, не трепери како трепетлика....отсекогаш сум те сакала...а не бегај, нема каде да бегаш,никогаш повеќе не можеш да побегнеш од ова."[38] Еротските елементи се во мислите на момчето кое вели дека водело љубов со неговата стрина.

Како што видовме еротизмот го има во сите дела во овој период некаде повеќе,некаде помалку,на места отворен и видлив, на други места прикриен и суптилен.Во зависност од определбата на авторот таков е еротизмот- од благи наслојки на еротското па сé до чисто и отворено на сцена дадено.Еден лик да биде комплетен и формиран како лик мора да биде прикажан со сите негови доблести и мани.Цело е кога има сé.Еротизмот ја прикажува внатрешноста на ликот со сите негови превирања,душевни немири,мечтаења и неостварени сништа.Љубов е заемно истовремено благопријатно чувство,секс задоволство и уживање,љубов е давање-примање,а секс акција- реакција. Љубов е долготраен процес кој за некого може да биде наука, секс е миг на реализација на еден чин.За разлика од делата создадени во реализмот во кои ликовите беа како лик со хендикеп, ликовите предадени во делата на предмодернизмот се комплетни и претставени со целокупноста на духовното и телесното.

Заклучок

Секоја стилска формација си има свои специфики, а сето она што не припаѓа на еден или друг облик или пак има заеднички белези на два литературни правци мора да го сместиме во некој меѓуоблик и да ги пополниме празнините и пукнатините кои би се појавиле доколку неправедно го префрлиме кон претходниот или следниот правец.За да нема недоследности, недореченост и колебливост мора да му го пронајдеме неговото соодветно место. Предмодернизмот е спојната алка меѓу реализам и модернизам. Без оваа "потполнка" нема да бидат комплетни и двата литературни правци.Мора да го најдеме и одредиме вистинското место на секое дело. Така нашата литературна ризница ќе биде збогатена со нови сознанија и нови научни факти и елементи.

Литературата заслужува поголемо внимание од наша страна. Да се потрудиме соодветно да возвратиме на макотрпната работа на писателите и

[38] Исто стр.120-121

нивните дела да ги вреднуваме адекватно според нивните автентични вредности, карактеристики и одлики.

Abstract

There are many books in the rich Macedonian literary heritage, but the distinctions among them are not easily perceived. Macedonian literature has been going through an atypical development, so that works of different provenances have been created in same periods of time. For many, realism is followed by modernism. But what about the period between these two style formations? An entire period of two decades has been lost, abandoned, skipped but not forgotten on our side. We have tried and managed to demonstrate its uniqueness and existence as a separate style formation, i.e. an inter-formation or a transition between realism and modernism. We are talking about the period of the breakdown of social-realism and the last phase of its evolution known as pre-modernism with a unique semantics and other originalities.

***Key words**: narrator, viewpoint, focalization, eroticism, pre-modernism, love.*

Литература

1. Б.Варошлија:Последниот лет на птицата селица-Скопје "Македонска книга" 1968
2. Б.Варошлија:Осамени минувачи-Скопје "Култура" 1975
3. Б.Иванов:Црвено рондо-Скопје "Кочо Рацин"1964
4. С.Јаневски:Стебла- Скопје "Наша книга" 1976
5. Ц.Тодоров: Теорија на прозата " Детска радост "-Скопје
6. Ц.Тодоров: Поетика:"Детска радост.-Скопје 1998г.
7. В.Урошевиќ:Вкусот на праските-Скопје "Култура"1965
8. М.Фотев:Потомците на Кат-Скопје "Култура", "Македонска книга" 1980
9. С.Четмен:Приказната и говорот.

327(100)(091)

Асс. м-р **Мартин НИКОЛИЌ**

РЕАЛИЗМОТ ВО МЕЃУНАРОДНИТЕ ПОЛИТИЧКИ ОДНОСИ

Апстракт

Политичката историја не е ништо друго туку вечен судир помеѓу моќта и правото во меѓународните односи. Всушност се работи за судир помеѓу концептите на политичкиот реализам и либералниот идеализам во меѓународната политика кои на различен начин ги регулираат односите помеѓу државите. Исходот од овој перманентен натпревар не само што ја креирал политичката историја туку и покажал дека реализмот како концепт, кој и дава предност на силата наспроти правдата, е универзален и севременски феномен. Уверувањето дека силата ги обликува меѓународните правно – политички односи се интензивира токму поради постојаното повторување на политичките настани и конфликти низ човековата историја. Реализмот не потсетува дека во сферата на политичкото, постои универзален дух, кој е непроменлив и дозволува појавување на истите политички собитија, менувајќи ги единствено субјектите на кои се однесува.

Клучни зборови: *политички реализам, либерален идеализам, мелијански дијалог, меѓународна политика*

1. ВОВЕД

Намерата на овој труд е да се обиде да проникне во самиот дух на политиката и нејзините универзални појавни форми. Политиката е креација на човекот, и како таква таа доживува постојани промени кои не секогаш одат во чекор со развојот на човековата цивилизација. Доколку ја прифатиме хипотезата дека техничко - технолошкиот напредок на човековото општество предизвикува правопропорционален напредок во политичката свест, тогаш ќе останеме поразени пред фактот дека сепак, одредени деструктивни облици на политички дејанија, однесувања и настани се секогаш присутни во човековото искусување и практицирање на политиката. Прашањето кое пред себе го поставуваат речиси сите научници од сферата на хуманистичките науки е: поради кои причини, и покрај сиот технолошки и цивилизациски развиток, свеста за политиката останува заробена и дозволува циклично менување на конфликтот и соработката, притоа

менувајќи ги единствено политичките субјекти карактеристични за една епоха?

Имајќи предвид дека прашањето кое го поставивме претставува исклучително комплексен феномен за кој не постои прецизно утврдено објаснување, ние ќе се задржиме единствено на еден од неговите аспекти.

Целта на овој труд е да ја докаже релевантноста на употребата на моќта и силата во меѓународните политички односи. Ние веруваме дека покрај создавањето на наднационални организации кои почиваат врз меѓународни правни норми, државите и понатаму најголем приоритет ќе им даваат на своите национални интереси, па така во меѓународните односи ќе настапуваат како унитарни политички субјекти. Подлогата врз која ќе ја градиме нашата теза е „Мелијанскиот дијалог“ на Тукидид. Всушност преку анализата на ова дело, ние ќе се обидеме да укажеме на неговата исклучителна сличност со еден современ политички феномен – македонскиот спор за името.

Утврдувањето на сличноста меѓу Тукидидовото дело и македонскиот спор за името, не само што ќе докаже дека сме сведоци на еден нов, модерен Мелијански дијалог, туку можеби и ќе не одведе до одговор на нашето прашање – дали наспроти објавувањето на крајот на реалистичкиот концепт од страна на либералите, тој (реализмот) и понатаму останува релевантен, и во голема мера ги уредува односите меѓу државите.

Методолошките алатки кои ќе ги користиме при нашата анализа се трансисторискиот метод, интертекстуалноста, компаративниот метод и херменевтиката.

2. ДУХОТ НА МЕЛИЈАНСКИОТ ДИЈАЛОГ

Мелијанскиот дијалог е краток извадок од познатото дело на Тукидид – „Историјата на Пелопонеските војни“. Меѓудругото, овој дијалог, во политичката теорија се перцепира како прв кохерентен збир на идеи кои се вклопуваат во една теоретска рамка која ги објаснува политичките односи меѓу државите и се нарекува *политички реализам*.

Во рамките на ова „пионерско“ прикажување на реализмот во функционирањето на меѓународните политички односи, Тукидид ни го претставува судирот на принципите на моќта наспроти правото, силата наспроти правдата. Ова се принципи кои се уште се актуелни во поличката сфера, па оттаму ја чувствуваме потребата да ја анализираме нивната конзистентност, присутност и релевантност.

Она што не поттикна повторно да се навратиме на ова генијално политиколошко четиво е еден современ политички настан, кој во многу нешта потсетува на духот на Мелијанскиот дијалог. Имено, се работи за македонскиот спор за името, настан кој според нас претставува доказ за присутноста на политичкиот реализам, но и совршен пример за постоење на универзален дух во сферата на политичкото, кој е непроменлив и дозволува повторување на истите политички собитија, менувајќи ги единствено субјектите на кои се однесува.

Нашата цел е да направиме анализа на поединечните елементи на *античкиот* Мелијански дијалог и истите да ги пронајдеме во *современиот* македонскиот спор, со тоа докажувајќи ја нашата хипотеза за постојаност во политиката, а посебно на принципите на кои почива *реализмот*. Притоа, ќе се задржиме на неколку елементи од кои се состои Тукидидовото дело, за кои веруваме дека со голема прецизност можат да се пресликаат во македонскиот спор за името, осебено со последните случувања во Букурешт, пред самитот на НАТО за прием на нови членки. Елементите кои ќе бидат предмет на нашата анализа се : моќта да се принуди, опстанокот и безбедноста, силата и правото, самопомошта и други елементи за кои ќе процениме дека заслужуваат да го добијат нашето аналитичко внимание.

3. ЗНАЧЕЊЕТО НА МОЌТА ВО МЕЃУНАРОДНИТЕ ПОЛИТИЧКИ ОДНОСИ

> *...Атињаните тргнаа да го освојат островот Мелос. Тие имаа триесет сопствени кораби, шест од Киос и два од Лезбос, 1200 хоплити, 300 стрелци и 20 коњаници – стрелци, сите од Атина; и околу 1500 хоплити од сојузниците и островјаните...*[1]

Овој кус извадок од Мелијанскиот дијалог сосема прецизно ја опишува воената (над)моќ на Атињаните. Тргнати со единствена цел, да ги реализираат своите национални интереси, немајќи намера ниту за момент да размислуваат за истите интереси кај Мелијанците, и не двоумејќи се да ја искористат својата воена сила доколку не успеат да го убедат противникот во неизбежноста на нивниот пораз.

[1] Тукидид, "Мелијанскиот дијалог", во: Денко Малески, *Меѓународна политика*, Скопје, 2000, стр. 47.

Од истите побуди и со истите намери Грчката делегација замина во Букурешт на самитот на НАТО на кој се одлучуваше за прием на нови членки. Како полноправен член на оваа организација, Грција поседува моќ да ја спречи Република Македонија во нејзините намери да се интегрира во НАТО сојузот. Принципот на вето врз кој почива овој сојуз има цел да ги заштити интересите на моќните држави – членки. Со помош на овој правен механизам, Грција е во можност да ја валоризира својата позиција и да ја спречи Македонија во намерата да стане дел од НАТО, доколку не се покори на волјата на помоќниот.

Анализирајќи го значењето и употребата на моќта[2] во двата случаи ќе дојдеме до заклучок дека нејзината манифестација е различна. Во античка Грција непосредните извори на моќ на една држава претставуваат нејзиното богатство и воената способност. Во 21-от век, времето на модерните демократии, воената сила е помалку релевантна. Ова посебно се однесува на европскиот континент чии држави веќе одамна ја имаат прифатено либералната демократија. Американскиот претседател Бил Клинтон во 1994 година изјави дека „демократиите повеќе не се напаѓаат една со друга“[3]. Со него се согласува и политикологот Џејмс Ли Рејкој дојде до заклучок дека „иако либералните демократии често водеа војни против недемократските земји, во последните два века немаше поголеми воени судири помеѓу демократските земји[4]“. Имајќи го сето ова предвид можеме да заклучиме дека модерните демократии не ја користат исклучиво воената сила во намерата да ги реализираат своите национални интереси. Но сето ова не значи дека моќта изгубила од своето значење. Единствено, во 21-от век, таа се манифестира во различни форми.

Денес, земјите од европскиот континент се интегрираат во регионални организации во чии рамки ги регулираат своите односи со помош на нормите на меѓународното право. Ова значи дека наспроти реалистичкиот концепт кој и дава предност на силата, моќта и националниот интерес, формално, во употреба е либерално – институционалниот концепт кој и дава предност на меѓународната соработка, преку формирање на општо важечки меѓународни правила на поведение.

Прашањето кое се поставува е: Дали во регионалните организации (каква што впрочем е и НАТО) има можност од арбитрерно и самостојно истапување на некоја од државите - членки доколку процени дека нејзините интереси се загрозени, дури и во случај да ги прекрши нормите на

[2] Моќта најчесто се дефинира како способност да се принуди другата страна да го промени своето поведение во посакуван правец

[3] Цит. спор., Carls V. Kegli i Judzin R. Vitkof, *Svetska politika. Trend i transformacija*, Beograd, Izdavačko igrafičko preduzeče Prometej, 2006, стр. 133

[4] James Lee Ray, *Democracies and International Conflict*, Columbia: University of South Carolina Press, 1955. p. 36

меѓународното право или пак принципите врз кои што почива организацијата? И најпосле дали тесниот национален интерес има легитимитет во услови на функционирање на регионални организации и меѓународно прани норми, кои во својата суштина се темелат врз општо важечки правила, за кои државите однапред се согласиле дека ќе ги почитуваат?

Верувајќи во принципите на либералниот институционализам, дел од експертите во областа на политичките науки од нашата земја, погрешно го антиципираа исходот од НАТО самитот во Букурешт. Следејќи ги анализите на политичките експерти во медиумите, можевме да забележиме дека најголемиот дел од нив беа убедени дека „ Грција нема да се двоуми да ја покаже својата моќ што ја црпи како земја членка на ЕУ и НАТО. Тоа е факт, но исто така е факт и дека никој нема да и дозволи на Грција вето од лични причини[5]“.

Се покажа дека ваквите очекувања се погрешни. Токму членството во овие организации и овозможи на Грција да ја искористи позицијата која ја има и да го блокира приемот на Македонија.

Националните интереси на државите сеуште ги диктираат нивните меѓународни односи, а принципот кој одредува чии интереси ќе надвладеат сеуште е нивната моќ. Оттаму, моќта и натаму е значаен фактор во меѓународните политички односи, а државите можат да се потпрат на неа секогаш кога ќе почуствуваат дека нивните национални интереси се загрозени. Ова посебно се однесува во случаите кога има нееднаква дистрибуција на моќта како во случајот со Македонија и Грција. Колку е поголема разликата во таа дистрибуција, толку е поголема веројатноста дека помоќната страна ќе ја употреби својата способност да ја принуди другата страна да направи некоја отстапка, или пак да го промени своето поведение во посакуван правец.

Според Денко Малески :„ другото име за меѓународните односи е "политика на моќ". Значи моќта е таа што најчесто стои зад исходите. Има една студија во која има истражено конфликти меѓу држави во последните 200 години и види чудо, во над 85 проценти од случаите правдата била на страната на посилниот“[6].

По Букурешкиот самит на НАТО сведоци сме на една (навидум) нова реалност. Наместо моќта на Грција да биде ограничена и да им се даде предност на принципите на либерализмот, оваа организација не ја

[5] Е. С. И, „Грција дојде до крајната точка на својата моќ“. *Време* 13.12 2007 <http://www.vreme.com.mk/DesktopDefault.aspx?tabindex=1&tabid=1&EditionID=1277&ArticleID=82084 >

[6] Денко Малески, "Ќе не остават да се вариме во сопствениот сос". Интервју за *Вест* 13.09.2008 <http://www.vest.com.mk/default.asp?id=156887&idg=8&idb=2473&rubrika=Revija >

санкционираше намерата на нејзината членка да ја употреби својата доминантна позиција заради тесни национални интереси.

Имајќи го предвид исходот од Букурешт, можеме да заклучиме дека регионалните организации какви што се НАТО и ЕУ, сеуште им даваат легитимитет на релизмот и принципите на силата и моќта. Всушност се работи за концепт кој се прифаќа и одвива паралелно со забрзаната демократизација, политичко – економска либерализација и интеграција помеѓу државите.

4. ОПСТАНОКОТ И БЕЗБЕДНОСТА НА ДРЖАВАТА

Атињаните: Како да заборавате дека ако некој го следи својот сопствен интерес, тој сака да биде безбеден, додека пак, патот на правдата и на честа го вовлекува во опасност...размислете уште еднаш кога ќе се повлечеме од овој состанок, и ова нека биде нешто што постојано ќе ви се навраќа во мислите – дека вие расправате за судбината на вашата земја, дека имате само една земја, и дека нејзината иднина, зависи од оваа една единствена одлука што вие сега ќе ја донесете[7].

Примарна цел на секое живо суштество е да ги обезбеди својот опстанок и безбедност. Државата е креација на човекот, па како таква сите нејзини активности треба да бидат подредени на целта да го обезбеди своето опстојување.

Во Мелијанскиот дијалог, Атињаните го доведуваат во прашање опстанокот на Мелијанците доколку не бидат исполнети условите кои им ги поставуваат. Послабиот е ставен во ситуација да бира – прифаќање на условите на помоќниот и зачувување на својот опстанокот или уништување на државата низ војна поради емоционалната потреба да се одбрани честа и угледот. Атињаните му предложуваат на својот противник да ги прифати условите бидејќи тоа е во корист на двете страни. Мелијанците пак, одговараат : „А како може да биде за наше добро, колку и за ваше, ние да бидеме робови а вие господар?[8]“

[7] Тукидид, “Мелијанскиот дијалог”, во: Денко Малески, *Меѓународна политика*, Скопје, 2000,
стр. 53-55
[8] Ibid. стр. 49

Атињаните многу добро ја познаваат цената на опстанокот. Имајќи моќ способност и истата да ја загрозат, тие се во состојба да ги определуваат условите под кои би се решил спорот меѓу двете страни. Неможејќи да ја проценат сериозноста на опасноста која им се заканува, Мелијанците, заведени од чувството на честа и угледот, не ги прифаќаат условите на помоќниот, загрозувајќи ја на тој начин безбедноста на својата држава.

Реализмот на Атињаните не ги препознава вредностите на правичноста и моралот. Наспроти овие вредности, тие им даваат легитимитет на моќта и силата. Во реалниот свет на политиката, единствено моќта го гарантира опстанокот на државата, па затоа Мелијанците се приморани да ја прифатат волјата на Атињаните...

* * *

Денес, повеќе од два милениума по Пелопонеските војни и Мелијанскиот дијалог, безбедноста на државата ја задржува сета своја релевантност и приоритетност. На Букурешкиот самит на НАТО, Република Македонија беше во ситуација да одбира помеѓу гарантирањето на својата безбедност во замена за губење на честа и достоинството (промената на името на државата има токму таква перцепција).

НАТО претставува организација која пред се има намена да ја гарантира сигурноста и безбедноста на своите членки. Формирана по завршувањето на втората светска војна како воен сојуз на западните либерални демократии, НАТО имаше цел да ја одржува рамнотежата на силите, во услови на постоење на моќен комунистички воен блок на чело со Советскиот Сојуз. Имајќи го предвид фактот дека со учеството во оваа регионална организацијаа воедно се гарантира и опстанокот на државата, сосема е логично и оправдано, помалку моќните земји да бараат гаранција за нивната безбедност преку интегрирање во овој сојуз.

Имајќи ја предвид турбулентната историја на балканскиот полуостров, експанзионистичкото однесување на соседите и пред се внатрешната етничка поделба на државата која неодамна ескалираше во конфликт, безбедноста на Македонија повеќе од било кога е доведена во прашање. Оттаму, ако се согласиме дека опстанокот на државата претставува нејзина основна цел, членството во НАТО треба да има највисок државен приоритет, односно да биде од највисок национален интерес.

Исто како што Атињаните знаеа дека загрозувајќи го опстанокот на Мелијанците, ќе ги принудат да ги прифатат нивните барања, Грција, денес, го условува членството на Македонија во НАТО, притоа доведувајќи ја во прашање безбедноста на својот помалку моќен политички противник.

Можеме да заклучиме дека реализмот во меѓународните политички односи воопшто нема изгубено од својата актуелност. Начинот на кој што

функционира светскиот политички поредок, и дава легитимитет на Грција да ги користи сите расположливи средства со цел да ги реализира своите национални интереси.

Прашањето кое се поставува не е дали Атињаните или Грците постапуваат етички исправно, туку дали Мелијанците и Македонците ќе успеат да проникнат во самата суштина и цел на политиката, и во која мера ќе ја прифатат политичката реалност.

Реализмот не значи единствено употреба на моќ и сила во меѓународните односи. Реализмот значи употреба на разумот, но и подготвеност да се соочиме со сопствената политичка судбина.

5. СУДИРОТ ПОМЕЃУ СИЛАТА И ПРАВОТО (ПРАВДАТА) ВО МЕЃУНАРОДНАТА ПОЛИТИКА

Атињаните: Зошто вие добро знаете, како и ние, дека кога практични луѓе расправаат за вакви прашања, стандардот на правдата зависи од еднаквоста на моќта да се принуди, и дека, всушност, силните го прават тоа што имаат моќ да го направат, а слабите го прифаќаат она што мора да го прифатат.[9]

Наведениот цитат од Мелијанскиот дијалог ни дава целосна слика за сфаќањето што го имаат Атињаните во врска со суштината на политиката. Нивната сила им дава право да го одредуваат стандардот на правдата. Атињаните се практични. Тие се свесни за својата сила и веруваат дека општ и нужен закон на природата е да се искористи силата и да се владее со се она што може да се владее.

Атињаните : „Ова не е закон што сме го измислиле ние, ниту пак сме првите кои го применуваат откако е направен. Ние го затекнавме веќе во постоење, и ќе го оставиме да постои засекогаш на оние кои доаѓаат по нас. Ние само дејствуваме во согласност со него и знаеме дека вие, или кој

[9] Тукидид, "Мелијанскиот дијалог", во: Денко Малески, *Меѓународна политика*, Скопје, 2000, стр. 49

и да било друг, со моќ иста како нашата, би дејствувал на идентичен начин.“[10]

Мелијанците пак, од друга страна, веруваат во принципите на правдата. Имајќи предвид дека во античка Грција, суверен делител на правдата се боговите и никој друг, Мелијанците се убедени дека ќе ја добијат нивната наклонетост, бидејќи тие се борат за она што е праведно против она што е неправедно. Неможејќи да ја прифатат суровата политичка реалност, Мелијанците одбиваат да веруваат дека силата ја одредува правдата. Тие се надеваат дека во битието на политичкото, повисоките идеали на правичноста имаат предност пред голата сила.

Во историјата на меѓународните политички односи, помалку моќните држави како да се осудени секогаш да и се потпираат на правдата(правото) штом ќе се најдат во безизлезна ситуација.

Спорот меѓу Македонија и Грција е најдобар пример за конзистентноста на судирот помеѓу силата и правото, но и за севремето значение на реалистичкио пристап во опишувањето на меѓународната политика.

Силата која што ја користи Грција во овој спор, произлегува од положбата што ја има како составен дел од регионалните институции како ЕУ и НАТО. Членството во овие организации и дава можност на Грција да ја искористи својата положба и да го блокира приемот на Македонија поради тесните национални интереси. Македонија пак, од друга страна, слично како и Мелијанците, се надева на повисоките идеали на кои што формално почиваат овие организации – нормите на меѓународното право.

Ако во Античка Грција, извор на праведноста беа боговите, во современиот меѓународен систем од држави, таква улога има меѓународното право. Всушност, еднаквоста на луѓето пред боговите во минатото, би требало да ја симболизира еднаквоста на државите пред меѓународното право во современето.

Ако се согласиме дека меѓународното право има цел подеднакво да ја дистрибуира правдата меѓу државите, тогаш, користејќи го македонско – грчкиот спор за името, можеме да покажеме дека судирот помеѓу принципите на правото(правдата) и силата не само што е универзален и севремански, туку неговиот исход, во голема мера, ја креира(л) политичката историја.

Имено, Македонија и Грција, во 1993 година, потпишаа привремена согласност која се однесува не само на меѓународната употреба на името на

[10] Ibid., стр. 52

Република Македонија, туку и на нејзината идна интеграција во регионалните и меѓународни организации.

Договорот ја обврзува Грција да не го попречува интегрирањето на Македонија во регионалните организации. Според членот 11 од оваа спогодба : „...Првата страна (Република Грција) се согласува да не приговара на пријавата за членство или на членството на Втората страна (Република Македонија) во меѓународни, мултилатерални и регионални институции и организации, во кои Првата страна е членка.“ [11]

По Букурешкиот самит на НАТО, јасно е дека Грција ја прекрши привремената спогодба меѓу двете земји. Иако од нормативно - правен аспект, во завршниот извештај од овој самит, на ниту едно место не се спомнува влијанието (користењето на правото на вето) од страна на Грција, сепак, според професорот по меѓународно право, Васил Тупурковски: „... духот на Спогодбата е сосема јасно, евидентно прекршен“...и ако се земе предвид дека „чувството за правичност на судиите е еден од изворите на меѓународното право“[12], тогаш можеме слободно да заклучиме дека позицијата на Грција како член на НАТО го попречи приемот на Република Македонија, и со тоа ја прекрши привремената спогодба.

Како и да е, ние веруваме дека Букурешките случувања претставуваат уште еден доказ за доминацијата на силата во меѓународната политика во однос на правото. НАТО не ја санкционираше одлуката на Грција да ја попречи Македонија во незјината намера да стане член на оваа организација, иако беа исполнети сите неопходни услови. Напротив, и наметна дополнителен услов на Република Македонија да го реши спорот со Грција, доколку сака да стане дел од евро-атлантскиот сојуз.

6. ПРИНЦИПОТ НА САМОПОМОШ

Атињаните: Што се однесува до вашите погледи за Спарта, и дека тие од чувство на чест ќе ви дојдат на помош, мораме да ви кажеме дека ви честитаме на простодушноста, но не ви завидуваме на глупоста. Затоа што од сите народи што ги познаваме, Спартанците се најпрепознатливи по верувањето дека она што сакаат да го

[11] Времена спогодба помеѓу Република Македонија и Република Грција. <*untreaty.un.org/unts/120001_144071/6/3/00004456.pdf*>

[12] Васил Тупурковски, Интервју за *Deutsche Welle*. 18.11.2008 <http://www.dw-world.de/dw/article/0,2144,3803283,00.html>

прават е чесно, а она што им одговара на нивните интереси е правично.[13]

Соочени со голема сила пред себе, Мелијанците се принудени својот спас да го бараат во сојузништвото со други. Знаејќи дека самите неможат да и се спротивставаат на големината и моќта на Атина, Мелијанците веруваат дека ќе најдат спас во Спарта, која како нивен роднина, но и крвен непријател на Атина, ќе се впушти во војна со цел да го одбрани својот помал пријател.

Откако безуспешно ги употребија сите други аргументи во обидот да ја одвратат Атина од намерата да им наметне војна, Мелијанците се свртуваат кон својот моќен пријател за кој веруваат дека никогаш нема да ги напушти, а посебно не сега, кога им се заканува големата Атина.

Мелијанците : "Веруваме дека нашиот недостиг на моќ ќе биде надоместен со нашиот сојуз со Спартанците кои се обврзани, ако не од друга причина, тогаш во името на честа, и затоа што сме нивни роднини, да ни дојдат на помош".[14]

Надежта на Мелијанците дека ќе бидат спасени, се соочува со студениот реализам на Атињаните кои ги убедуваат во спротивното. Атињаните им ја предочуваат ирационалната надеж на своите противници, велејќи им дека како и секоја друга држава, и Спарта настојува да ги реализира своите интереси. Оттаму, довербата на Мелијанците во цврстиот сојуз со Спарта ќе остане изневерена, бидејќи никој, вклучувајќи ги и Спартанците, не сака да ја загрози безбедноста на својата држава.

Убедени во прагматичноста со која Спартанците настапуваат кога е во прашање нивната безбедност, Атињаните одговараат :

„ како да заборавате дека ако некој го следи својот сопствен интерес, тој сака да биде безбеден, додека пак, патот на правдата и на честа, го вовлекува во опасност. А

[13] Тукидид, "Мелијанскиот дијалог", во: Денко Малески, *Меѓународна политика*, Скопје, 2000, стр. 52-53
[14] Ibid., стр.52

онаму каде што има опасност, Спартанците, по правило, не се многу авантуристички расположени.“[15]

Наместо да ја прифатат реалноста онаква каква што е, Мелијанците се апстрахираат од неа, и решаваат да тргнат по несигурниот пат на надежта и вербата во честа на Спартанците.

Сепак Спартанците не се вклучуваат во војната на страната на Мелијанците. Набрзо потоа, градот Мелос, потклекнува пред суровата сила на Атина...

* * *

Имајќи го пред нас исходот од овој конфликт, можеме да извлечеме уште една допирна точка со современиот македонско – грчки спор. Имено, на Букурешкиот самит на НАТО, Македонската делегација, слично како и Мелијанците, своите надежи ги впери во моќните сојузници – Американците. Наместо да и се погледне на реалноста во очи, Македонија беше заведена од ирационалната верба дека најмоќната држава во светот (слично како и Спарта во античка Грција), ќе ги подреди своите национални интереси во насока на поддршка кон малата држава.

Можеме ли да изведеме некаков заклучок, сега кога ги имаме епилозите од двата настана? Поради кои причини Спарта и САД не зедоа активно учество во конфликтот, иако оние на кои им требаше помош тоа го очекуваа? И дали државите треба да се потпираат на сојузништвото, или сепак, во меѓународниот поредок, секоја држава настапува индивидуално, настојувајќи да ги реализира единствено сопствените интереси.

Одговор на овие прашања нуди реалистичката теорија. Според реалистите, највисоката цел на државата е да ги реализира своите национални интереси. Па така, според политиколозите Кегли и Виткоф :„ниеден начин не е позначаен отколку стекнувањето моќ, додека пак ниту еден принцип не е позначаен од принципот на самопомош“[16].

Овие автори, самопомошта ја дефинираат како „ принцип според кој во услови на анархија, политичките субјекти (државите), мораат да се потпираат на сопствените способности“[17]

[15] Тукидид, “Мелијанскиот дијалог”, во: Денко Малески, *Меѓународна политика*, Скопје, 2000, стр. 53.
[16]Carls V. Kegli i Judzin R. Vitkof, *Svetska politika. Trend i transformacija*, Beograd, Izdavačko igrafičko preduzeče Prometej, 2006, стр. 86
[17] Ibid.

Значи, принципот на самопомош им наложува на државите да се потпираат единствено на својата моќ и способности, бидејќи иако сојузите можат да ја зголемат способноста на државата да се одбрани, нивната лојалност не смее да се земе здраво за готово.[18]

Имајќи го сето ова предвид, можеме да заклучиме дека исто како и Мелијанците, Република Македонија на самитот во Букурешт наивно се надеваше во помошта на својот моќен сојузник, притоа не сметајќи дека и тој има сопствени национални интереси (во овој случај можеби интересот на САД да се задржат добрите односи со Грција, имал повисок приоритет отколку по секоја цена да се протурка Македонија во НАТО сојузот) . Како и да е, епилогот од двата настана е идентичен, ниту Спарта, ниту пак САД не се впушти во ризик да ги активира своите способности со цел да му помогне на помалиот сојузник.

Според реалистичката теорија на меѓународните односи, во анархичниот глобален систем, секоја од државите има цел да ги реализира сопствените интереси. Токму поради ваквиот концепт, Букурешкиот дијалог заврши исто онака како што заврши и Мелијанскиот два и пол милениума претходно.

7. БУКУРЕШКИОТ ДИЈАЛОГ

Наместо заклучок, ние одлучивме да понудиме модерна реконструкција на „Мелијанскиот дијалог“ на Тукидид – делото околу кое ја докажувавме нашата хипотеза. Модерната верзија на епохалното тукидидово дело се решивме да ја наречеме „Букурешкиот дијалог“, токму поради нашата убеденост дека она што се случуваше во Букурешт на последниот самит на НАТО, во многу нешта потсетува на античкиот дијалог помеѓу Атињаните и Мелијанците.

Всушност, преку оваа реконструкција, ние ќе се обидеме да покажеме дека постои едно универзално политичко битие, или „објективен дух на светот“ во хегелијанска смисла, кој им дава своевиден континуитет на политичките собитија, а кој се темели врз верувањето во непроменливата човекова природа.

За таа цел, преку „Букурешкиот дијалог“, ние ќе се обидеме да докажеме дека реалистичкиот приод кон опишувањето на односите меѓу државите е сеуште актуелен, всушност, тој е толку жив што можеме да раскажеме една актуелна политичка приказна, при тоа користејќи ја

[18] Ibid., стр. 87

нарацијата на Тукидид, токму онака како што би ја раскажал и самиот тој кога би бил наш современик.

* * *

...Таа пролет Атињаните и Скопјаните испратија свои делегации да ги претставуваат на самитот на НАТО во Букурешт, Романија. Атињаните тргнаа со јасна и единствена цел, да ја искористат својата позиција како член на оваа организација, со намера да ги принудат Скопјаните да ги напуштат своите цврсти позиции во врска со името на нивната земја, и да се покорат на волјата на помоќниот. Скопјаните беа соседи на Атињаните, тие имаа сосема мала политичка и економска моќ, така што сите нивни надежи беа насочени кон овој самит, и шансата конечно да станат дел од големото Евро-атлантско семејство. На тој начин, Скопјаните сметаа дека еднаш засекогаш ќе се потврди и загарантира нивниот опстанок. Неколку моменти пред почетокот на заседанието каде што се гласаше за прием на нови членки, делегациите на Атињаните и Скопјаните се сретнаа зад затворени врати, да преговараат за можноста Скопјаните да станат дел од оваа организација.

Атињаните: Скопјани, ви препорачуваме да бидете мудри, практични и рационални, и да го прифатите она што ние ви го нудиме, а тоа е членство во нашето семејство со кое што ќе си го обезбедите опстанокот, во замена за промена на вашето име, што би било добро за двете страни.

Скопјаните: А како може да биде добро и за нас, доколку се откажеме од името на нашата земја?

Атињаните: Вие, ако се откажете, ќе и обезбедите опстанок и просперитет на вашата земја, ние, од друга страна, ќе ги реализираме нашите национални интереси и ќе ја зацврстиме власта во нашата земја.

Скопјаните: Зарем не мислите дека со ветото кое го планирате, нема да стекнете непријатели меѓу другите членки на НАТО, кои во моментов го поддржуваат нашето членство?

Атињаните: Не. Ние воопшто не се плашиме од другите држави на континентот. Сите тие имаат и сопствени проблеми, така што во овој случај најверојатно ќе стојат отстрана. Но и да не биде така, доволна е волјата на само една земја-членка за да го попречи вашето интегрирање.

Скопјаните: Да речеме дека сте во право. Но зарем не би испаднале плашливци и предавници кон сопствениот народ ако го прифатиме вашиот предлог?

Атињаните: Не, бидејќи така ќе бидете разумни. Вашиот највисок интерес треба да е безбедноста на вашата земја, а само членството во НАТО може тоа да ви го загарантира.

Скопјаните: Сепак, ние се надеваме дека на самиот состанок останатите држави ќе ни бидат наклонети. Да ве потсетиме, ние ги исполнивме сите критериуми за членство во овој сојуз. На крајот на краиштата, ние веруваме во истите принципи како и другите земји во Европа, а тоа се индивидуалната слобода и либералната демократија.

Атињаните: Доколку се потпирате единствено на наклонетоста на останатите замји тогаш во потполност ќе погрешите. Нашите цели и вредности се совршено конзистентни со оние на останатите земји - членки на НАТО. Ве уверуваме дека секоја од нив, би постапувала на ист начин доколку се најде во слична позиција. Бидејќи и тие знаат дека постои еден непишан „закон на природата“ а тоа е да се следат сопствените национални интереси, при тоа користејќи ги сите средства што стојат на располагање.

Скопјаните: Штом и давате предност на голата сила наместо на разумот и правдата, тогаш ние би можеле да сметаме на помошта на Американците, кои и досега ни беа наклонети и го признаа нашето име.

Атињаните: И во таа надеж ќе останете сосема измамени. Кога се работи за Американците, треба да ве потсетиме дека како ниедна друга држава во светот, тие се вмешуваат единствено кога чувствуваат дека постои можност за било каков профит, без при тоа нешто да се загуби, а најмалку по цена да се загуби некој сојузник. Самото наше членство во оваа организација нѐ прави нивен сојузник. Што се однесува пак до аргументите кои ги наведовте, покажавте склоност повеќе да се потпирате на надежта, помошта од Американците и наклонетоста на земјите - членки при гласањето. Во сите овие очекувања ќе бидете излажани. Бидете разумни и прифатете го нашиот предлог, бидејќи нема ништо срамно во тоа да се покориш на волјата на посилниот. Не дозволувајте да ве заведе чувството на фер и правичност, бидејќи на вашата земја повеќе од било кога и се заканува опасност која може да биде спречена единствено со нашата согласност да бидете примени во НАТО сојузот.

Во тој момент и двете страни се повлекоа од расправата. На потег беа Скопјаните да одлучат каков ќе биде нивниот одговор во врска со понудениот предлог. Откако дојдоа до заеднички став, тие ги повикаа Атињаните и им го соопштија следното:

- Нашата одлука Атињани е да не го менуваме името. Ние сеуште веруваме во наклонетоста на останатите земји – членки на НАТО сојузот, бидејќи ги остваривме сите задолженија кои тие ни ги дадоа. Веруваме и во поддршката од Американците која нас толку ни значи, бидејќи тие се најмоќната нација во светот. Но најмногу од се веруваме во идејата на „Европа без граници“, веруваме во принципите на правдата и разумот, веруваме во искрените намери

на НАТО сојузот да биде вистинско демократско семејство кое ќе ги вдоми сите држави и нации без оглед на нивната големина и моќ. Ние сме убедени дека се водиме од истите принципи врз кои што почива овој сојуз, бидејќи она што ги надминува државните граници и лојалноста кон националните интереси е идејата за лојалност кон либералната демократија, ткивото кое ги поврзува сите земји – членки на НАТО сојузот.

Атињаните без да го дочекаат крајот на овој одговор, побрзаа на работната вечера на која членките неформално се изјаснуваа за прием на нови држави. На состанокот пак утредента, се потврдија нивните закани. Во заклучниот извештај на НАТО самиот, единствено Скопјаните немаа покана за членство во големото Евро-атлантско семејство.

Американците, неколку пати извршија притисок врз Атињаните да ја променат својата одлука, но сето тоа беше јалово и залудно.

Во меѓувреме делегацијата на Скопјаните разочарана и пред време го напушти самиот во Букурешт кој се одржуваше во прекрасната Палата на Парламентот. Излегувајќи од оваа зграда, тие го забележаа натписот кој со огромни букви беше залепен на самиот влез. Сите тие се прашуваа, како можеа а да не го забележат при влегувањето. Разочарани од исходот, и изморени од преговорите, во речиси ист момент ги упатија своите погледи кон ѕидовите од Палатата. Размислувајќи како да им ја соопштат лошата вест на своите граѓани, Скопјаните отсутно ја читаа пораката која гласеше: „Силните го прават она што имаат моќ да го направат, а слабите го прифаќаат она што мора да го прифатат“.

Графички приказ на трансисториското повторување на политичките субјекти и концепти

Антички концепти и субјекти	**Современи концепти и субјекти**
Атињаните	Грците
Мелијанците	Македонците
Спартанците	Американците
Еднаквост пред боговите	Еднаквост пред меѓународното право
Воената сила како извор на моќ	Членството во НАТО како извор на моќ
Мелијанскиот дијалог	Букурешкиот дијалог

POLITICAL REALISM IN THE INTERNATIONAL POLITICAL RELATIONS

Summary

The political history is nothing more then an ever ending conflict between the power and the law in the international relations. In fact it is about a conflict between the concepts of the political realism and the liberal idealism in the international politic which in a different way regulate the interstate relations. The result of this permanent contest not only created the political history but has shown that the realism as a concept, which gives an advantage to force over justice, is a universal an all-time phenomenon. The belief that the force shapes the international judicial-political relations has reached its intensiveness because of the continuous repetition of the political events and conflicts throughout the human history. The realism reminds us that in the political sphere, there is a universal spirit, which is constant and allows the appearance of the same political beings, solemnly changing the subjects which are concerned with the mater.

Key words: *political realism, liberal idealism, melian dialogue, international politics*

Литература

1. Danzinger, N. J. *Understanding the Political Worold*: *A Comparative Introduction to Political Science*. (eighth edition) New York: Pearson Longman. (2007)
2. Kegli, V. C. i Judzin, R. V. *Svetska politika. Trend i transformacija*, Beograd, Izdavačko i grafičko preduzeče Prometej, 2006.
3. Ray, J. L. *Democracies and International Conflict*, Columbia: University of South Carolina Press, 1955.
4. Васил Тупурковски. Интервју за *Deutsche Welle*. 18.11.2008

   <http://www.dw-world.de/dw/article/0,2144,3803283,00.html>
5. Времена спогодба помеѓу Република Македонија и Република Грција. *<untreaty.un.org/unts/120001_144071/6/3/00004456.pdf>*
6. Е. С. И. „Грција дојде до крајната точка на својата моќ“. *Време* 13.12 2007

<http://www.vreme.com.mk/DesktopDefault.aspx?tabindex=1&tabid=1&EditionID=1277&ArticleID=82084>

7. Малески, Д. *Меѓународна политика*, Скопје, 2000.
8. Малески, Д. "Ќе не остават да се вариме во сопствениот сос". Интервју за *Вест*13.09.2008<http://www.vest.com.mk/default.asp?id=156887&idg=8&idb=2473&rubrika=Revija>
9. Тукидид "Мелијанскиот дијалог". во: Денко Малески, *Меѓународна политика*, Скопје, 2000.
10. Фрчковски, Д. Љ. *Меѓународно право за правата на човекот*. Скопје: Магор. (2001)

316.734(4-672ЕУ)

Асс. м-р **Македонка РАДУЛОВИЌ**

ЕВРОПСКАТА УНИЈА КАКО КУЛТУРЕН ПРОЕКТ

Апстракт

Трудот ја претставува сликата за Европската Унија како културен проект. Притоа, направен е историски преглед на развојот на европската култура, прикажана е политиката која Унијата ја води во областа на културата и нејзиниот развој, како и досега спроведените активности. Регулативните активности во културната сфера се неизбежен дел од анализата. Целта е да се утврдат сите достигнувања и недостатоци на земјите-членки во обединувањето и прилагодувањето кон една заедничка културна идентификација.

Клучни зборови: *Европска Унија, култура, културен проект, програми, идентитет.*

ВОВЕД

Историјата и културата се фундаментални аспекти кои ни даваат чувство на идентитет и ни кажуваат кои сме, од каде потекнуваме и каде одиме. Да се даде единствена дефиниција на културата е многу тешко. Изразот има многу различни значења и многу автори различно го толкуваат.

Под поимот култура најчесто се подразбира "збир на традиционални верувања и ставови, кои го карактеризираат и го прават единствен еден народ или едно организирано општество"(Коковиќ Д. 1997.23).

Да се дефинира поимот европска култура претставува уште поголема тешкотија. Во овој контекст се појавува прашањето, дали може да се зборува за европска култура, или за култура на секоја европска држава посебно. Според *Zan Mari Domenak*, не постои европска кутура, туку култура на Европа од која секоја држава е обележана со посебни обележја. (Domenak Z.M. 1991.10). Културните специфичности, историјата, националниот идентитет на народите на секоја европска држава не можат да се избришат. Затоа, тешко му е на еден Французин да се чувствува пред се како европјанин својата култура да ја нарече европска. Или на еден Германец на пример. Сепак сите тие култури, придонесуваат за заедничка иднина. Заедно со почетокот на

европската интеграција се очекува да се изгуби националниот за сметка на европскиот идентитет. Европскиот пасош и фактот дека европските народи престанале да бидат странци еден за друг , мислам не придонеле за поголемо меѓусебно поистоветување. Граѓаните, на земјите членки иако свесни за заедничките интереси за подобар и поквалитетен живот во заедницата не можат и не сакаат да се откажат од своите национални култури за сметка на една, единствена европска култура. Можеби и не треба да се форсира идејата за постоење на само една европска културата. Германскиот политичар *Freimut Duve* смета дека европската култура може да се развива и да го постигне врвот само како збир на многу национални култури кои ја сочинуваат.

"Мултикултуралноста е постоечка реалност во ЕУ" (Dzordano K. 2001.141). Затоа, најдобро би било европската култура да се сфати пред се како европски простор каде што се испреплетуваат влијанијата на повеќе национални култури, еден културен форум на кој се презентираат идеи, проекти, програми и институции кои работат во разни сфери од културата и ги интегрираат сите европски земји.

Колку да и ја препишуваме слабоста на Европската унија како културна целина, не можеме да споримe дека нејзините институции, преку разни програми, акции, проекти и закони беспрекорно работат на градење на европска културна сфера. Овој труд ќе зборува токму за таа предност на Европската унија.

ИСТОРИЈАТА НА КУЛТУРАТА ВО ЕВРОПА

Самата европска интеграција наидувала на голем број фактори кои ја спречувале или во најмала мера забавувале интеграцијата. Мислам на голем број социјални фактори кои предизвикувале раздвоеност, а не интеграција како различните јазици, различни култури и вероисповед, различен национален идентитет итн. Раздвоеноста најмногу се чувствува заради фактот дека Европа како континент е составена од земји каде егзистираат повеќе религии, различни јазици, па едноставно народите не се чувствуваат блиски. Тие не можат да комуницираат меѓу себе зошто зборуваат различни јазици. Што се однесува до религијата, во Европа се застапени практично сите религии. Во денешната ЕУ имаме предоминантно католички земји, со исклучок на Грција, Бугарија и Романија кои се православни и Англија каде има протестанти. Сакале или не, ова е уште еден типичен социјален и културен фактор кој имал негативен импакт кон сплотувањето на европските земји во некаква заедница. И покрај трудот европската интеграција да претставува високо ниво на политичка, идеолошка и економска интеграција сепак не станува збор за креирање на Соединети Европски Држави кои постојат заради јаки национални чувства и европска национална припадност

како што е случајот со САД. Ова се должи на долгата историја која едноставно не може да се заборави. Сите европски војни, воени конфликти практично се одвивале меѓу моќни европски земји кои денес се лидери во ЕУ и се очекува од нив да ја избришат историјата и да го чувствуваат истиот идентитет. Но како што е објаснето "Европа не е креација. Таа е повторно откриена. Основната разлика во формирањето на Соединетите Европски Држави и Соединетите Американски Држави не е во тоа што Америка не морала да спои одреден број на добро етаблирани држави, туку во тоа што идејата за обединета Европа не била комплетно отфрлена повеќе од илјада години" (Nugent N. 1994. 9-10).

Историјата на европската интеграција, пред се има економска основа. Во римскиот договор од 1957 година со која се основа Европската економска заедница, воопшто не се споменува зборот "култура". "Меѓутоа и покрај испуштањето на културата во Римскиот договор, залагачите за европската интеграција при поставувањето на темелите на Унијата се залагаа за унапредување на единствениот европски идентитет" *(Договорот од Рим 1957*....принципот на супсидијарност значи дека ЕУ може да дејствува во оние области кои не се во нејзина исклучива надлежност, доколку тие не се регулирани на национално ниво, односно поуспешно би се остварале од страна на Унијата*)*

Економската интеграција беше почетна точка за поинтензивна интеграција во иднина. Се предвидуваше дека културната интеграција ќе се развива како резултат на новите политички, економски и социјални институции кои ќе бидат во можност да обезбедат политичка поддршка и народна лојалност и на тој начин ќе станат центар на заеднички верувања и очекувања. Постојат мислења дека културната интеграција е намерно изоставена од почетните идеи за европска интеграција. Свесни за сензибилноста на европските граѓани на прашањето за нивните национални култури, застапниците на ваквите мислења сакале прво да обезбедат мирен соживот, економска унификација и политичка соработка, без притоа да го загрозуваат културниот идентитет на нејзините држави-членки.

Иако желбата да се поведат културни активности на европско ниво била очигледна уште во седумдесеттите, дури во 1991 година културата официјално зазеде место во европската интеграција преку *Член 151* од *Мастритскиот договор* според кој „Заедницата треба да придонесе во развојот на културите на земјите членки почитувајќи ги националните и регионални различности но во исто време истакнувајќи ги заедничките работи".

Со цел да се создаде област со вистинска европска култура, дадена и е задача на Унијата да ја промовира кооперацијата помеѓу земјите членки и доколку е неопходно да ги поддржи и балансира нивните активности во следниве области:

- ширење на културата и историјата на Европскиот народ;
- зачувување на културната традиција која е од европско значење;
- некомерцијални културни размени;
- уметнички, литерарни и аудиовизуелни креации;
- кооперација со трети земји и компетентни интернационални организации (*Договорот од Мастрихт*, 1993, член 151)

ЕВРОПСКАТА ПОЛИТИКА ВО ОБЛАСТА НА КУЛТУРАТА

Според *Kristijan Dzordano*, "ЕУ во областа на културата, води политика на 'стратегија на дисоцијација (Dzordano K. 2001. 58) Ваквата стратегија, пред се може да се опише како конструирање на европски идентитет, кој е различен од оној кој земјите-членки со години им го налагале на своите граѓани. Сите политики спроведени од институциите на ЕУ се во оваа насока.

Европскиот парламент и Советот на Европа се двете најважни организации во областа на унапредување на европската култура и културната политика. Европската заедница има право да биде активна во областа на културата согласно со Договорот од Мастрихт. За таа цел располага со сопствен буџет. Додека ЕЗ врз таа основа самостојно предлага и ги спроведува културните програми, на Советот на Европа му недостасува правна основа да бара спроведување на негови резолуции и конвенции. Меѓутоа, без поттикнување од Советот на Европа, актуелната европска политика во областа на културата би била незамислива

Културата долго не била предмет на политичките активности на ЕЗ. Културните активности на ЕЗ добиваат правна основа дури со преземањето на *член 128, Договорот од Мастрихт* "Заедницата дава придонес во развивање на културата на земјите-членки, со зачувување на нивните национални и регионални различности, истакнувајќи го во исто време, заедничкото културно наследство"

Покрај програми за унапредување на културата ЕЗ води политика на поврзување на културата со други политички области.

Што се однесува до политиката на Советот на Европа во областа на културата, неговите активности се утврдени во Преамбулата и во член 1 од неговиот Статут, како и во Европската конвенција за култура од 1954 година. За неговите културни активности надлежен е Советот за културна соработка, како стручен одбор на секторот "Образование, култура и спорт" на Генералниот секретаријат. Ангажманот на Советот на Европа во областа на културата се дели на пет поголеми области: проценка на културните политики на одделните земји членки, новата информатичка технологија, демократизација на културата, програми за културна соработка, истражување и унапредување во областа на културата.

АКТИВНОСТИТЕ НА УНИЈАТА ВО КУЛТУРНАТА СФЕРА

Десет години Комисијата ја поддржувала културната кооперација преку три експериментални програми во овој сектор покривајќи ја изведбата, пластичните и визуелни уметности, традицијата и книгите (Kaleidoscope, Ariane и Raphael). Европската Заедница исто така ја поддржувала иницијативата на земјите-членки за одредување на „Европски град на културата“ секоја година почнувајќи од 1985 па наваму.

Во 2000 година Комисијата ја усвои програмската рамка “Култура 2000” која претставуваше нов пристап кон културните акции. Целта на оваа програма е креирање на зедничка културна област преку промовирање на културен дијалог, креирање и ширење на културата и преку овозможување мобилност на уметниците и нивните дела, европското културно наследство, нови форми на културно изразување и социо-економска улога на културата.

Факт е дека 2000 година е повеќе од 45 години по креирањето на првата форма на Унијата. Сепак, исто така, е факт дека најтешко се менува културата, дури иако поминале повеќе од 45 години од Втората Светска Војна и луѓето се сега со поотворени умови за да прифатат нови работи, да попримат нешто различно, или барем да научат за она што не е нивно. Ако го земеме за пример Турското ропство и фактот дека Македонија била пет века под окупација и со сета сила една цела империја се наметнувала со својата религија, култура, обичаи, сепак ние го имаме сочувано својот културен идентитет. Тоа најтешко се менува. Мора да се разбере дека сите програми од типот на „Култура 2000„ се наменети да луѓето од земјите членки, особено помладите, што подобро се запознаат со своите `сонародници` во Унијата, а не за да се дојде до нешто ново, некоја Европска култура. Дури и во САД, луѓето се доста различни во областа на културата т.е. нивните навики, верувања и обичаи, доколку ги споредиме тие од Јужна Каролина со оние од Тексас или Њу Јорк. Уште една работа која мора да се има во предвид, е дека културата на самите земји членки перманентно се менува заради големиот наплив на странци т.е. доселеници кои стануваат граѓани на ЕУ, а со себе носат една друга, поразлична култура. Тоа го прави процесот на интеграција на културно ниво уште полесен, затоа што `староседелците` во земјите членки прво мора да се адаптираат на новите жители во нивните држави а тоа ја прави нивната моќ за прифаќање на различното многу поголема. На крајот на денот, секоја држава која е земја членка на ЕУ ќе стане мултикултурен проект а со тоа ќе се намали културниот јаз помеѓу жителите во земјите членки. Проекти од овој тип ќе бидат се подобро прифатни и поуспешни.

Културната кооперација во Европа исто така е промовирана преку специфични активности изведени во контекст на економијата, истражувањето, едукацијата, тренингот и регионалните развојни помошни програми кои исто така ја промовираат културната кооперација. Оваа кооперација е широко интерпретирана поради фактот што најголемиот дел од програмите се широко отворени кон земјите членки на Европската економска област како и земјите

кандидати, но и кон трети земји и интернационални организации кои исто така се вклучени.

Европската Унија во своите активности на културен план користи и разни инструменти кои ги подржуваат културните иницијативи, како што е програмата Култура 2000 и Европски град на културата како и Европски месечни културни акции. Нивната цел е двојна: да придонесат во развојот на културите на земјите членки, притоа респектирајќи ги националните и регионални различности, а во исто време и да ги доведе во преден план нивните заеднички културни традиции и наследства. Европската Унија промовира мерки кои вклучуваат кооперација помеѓу културните оператори од различните земји членки и ги подржува нивните иницијативи, но не бара од нив да ги хармонизираат своите културни политики. Акциите на Заедницата покриваат четири области:

- Подобрување и ширење на знаењето за европската историја и култура;
- Заштита и чување на културната традиција и наследство кое е од европско значење;
- Некомерцијална културна размена;
- Уметнички и литерарни креации, вклучувајќи го и аудиовизуелниот сектор.

Исто така, се охрабрува кооперацијата со трети земји и интернационални организации. Целта на соработка со трети земји во областа на културата е Европската Унија преку интернационалните организации да придонесе за европеизација на земјите од третиот свет. Се креираат разни културни проекти во кои учествуваат граѓани на различни европски држави и паралелно се инволвираат и жители на трети земји на кои индиректно им се наметнува чувството на европски идентитет.

Европската Унија мора да ги земе во предвид културните аспекти во сите нејзини активности. Процедурата за прифаќање на културни акции предложена од Комисијата а базирана на Член 151 е кодецисивна процедура (спогодба на Европскиот Парламент и Советот на Министри), која бара едногласна одлука од Советот на Министри.

Европската Унија раководи со програми за поддршка за одредени културни индустрии, охрабрувајќи ги да ги зграбат понудените можности од страна на единствениот пазар и дигиталните технологии. Исто така Европската Унија настојува да креира динамично окружување за овие индустрии преку сечење на црвена лента, обезбедување на полесен пристап до фондовите, помагање во истражувањето на проекти и охрабрување поголема соработка помеѓу партнерите внатре и надвор од Унијата.

Европската Унија, исто така, вклучува културни димензии во нејзините други области на политика како што е образованието (вклучувајќи го и изучувањето на јазици), научното истражување, поддршка на нови технологии и информатичко општество како и социјален и регионален развој. Заедно, европските социјални и регионални фондови трошат до 500 милиони евра на годишно ниво на проекти со културен елемент.

И покрај трудот да се вложува во проекти за изучување на јазици, во ЕУ и понатаму ќе се зборуваат многу различни јазици и обидот да се создаде еден европски јазик ќе остане безуспешен. Како што не можат да се избришат културните разлики на европските народи, така и јазикот како главно културно обележје не може да изумре. Токму тој јазичен дисперзитет ја прикажува оригиналноста на европските држави и не треба да се настојува тоа обележје да исчезне. Како што досега европските народи наоѓале начин за меѓусебна комуникација така и понатаму ќе се "разбираат". Англискиот и понатаму ќе важи како нај "светски", заради фактот дека е и најраспространет, но во Европа засекогаш ќе се зборуваат и други јазици.

ПРЕГЛЕД НА ДОСЕГАШНИТЕ АКТИВНОСТИ

Помошта на Тосканини

Европските социјални фондови ја подржуваат италијанската фондација Артуро Тосканини, која од средината на деведесеттите води курсеви за обука за музичари кои немаат работа. Овие тренинг сесии може да се состојат од работа на целосен симфониски оркестар и/или курсеви кои ги водат европски и интернационални музичари, наставници и солисти. Фондацијата исто така нуди курсеви за пејачи, музичари и техничари од светот на операта преку користење на нови технологии и виртуелна реалност во специјалните програми за далечинско учење.

Во своите насоки за регионалниот фонд, Европската Комисија се консултира со владите на земјите членки за да промовира културен развој во посиромашните региони и да им помогне да го зацврстат својот идентитет, да привлечат туристи и креираат работа во области како што се on-line услугите и медиумите. Фондот моментално обезбедува две третини од буџетот од 600 милиони евра за седумгодишната програма за заштита и унапредување на грчкото археолошко наследство.

Култура 2000

Една од најважните програми на Европската Унија, Култура 2000, функционираше со буџет од 236 милиони евра.

- Придонесува за воведување на европски културни области;

- Развој на уметнички и литерарни креации;
- Унапредување на познавањето на европската историја и култура во рамките на Европската Унија и пошироко;
- Развој на традиционални места и културни збирки од европско значење;
- Стимулирање интеркултурен дијалог и социјална интеграција;

Оваа програма ќе биде обновена за следните седум години од 2007 до 2013 година. Буџетот за новиот период ќе изнесува околу 400 милиони евра.

Медиумски програми

Медијалната програма, насочена кон унапредување на конкурентноста на европскиот аудиовизуелен сектор, поседува поголем буџет дури и од Култура 2000. Тековната програма која функционираше до Декември 2006 и има буџет од 513 милиони евра, се состои од два дела: „Медиа Плус“ и „Медиа Тренинг“. Меѓусебно тие си помагаат во:

- Развој на производствени проекти и претпријатија;
- Дистрибуција на филмови за кино и аудиовизуелни програми;
- Промовирање на европската индустрија дома и пошироко;
- Обезбедување пристап до фондови за мали и средни бизниси во аудиовизуелниот сектор.

Како и програмата Култура 2000, Медиа програмата исто така ќе функционира и во наредните седум години откако ќе истече тековниот термин. Буџетот за периодот од 2007-2013 ќе биде околу 755 милиони евра.

Главни градови на културата

Програмата “Главен град на културата” е поставена со цел да ја нагласи големата разновидност на европската култура, без да се заборави заедничкиот извор.

Секоја година, еден или два града се избираат како културни главни градови на Европа, оттаму квалификувајќи се за финансиска поддршка од Култура 2000. Ваквите парични фондови и настани ја нагласуваат културната традиција на градот и неговиот регион, како и широкиот ранг на изведување, концерти и други претстави, што пак ги зближува уметниците и артистите од цела Европска Унија. Искуството говори дека програмата има долгорочно влијание на развојот на културата и туризмот на избраните градови.

Како што беше првично зацртано, програмата требаше да заврши во 2004 година, но поради нејзиниот огромен успех, истата е обновена за следните 15

години. Патрас во Грција е прогласен за главен град на културата за 2006 година. Во 2007 година оваа титула ќе ја делат Луксембург и градот Сибиу во Романија која пристапи кон Европската Унија на почетокот на годината.

Поддршка на јазична разновидност

Јазичната разновидност претставува културен и демократски камен темелник на Европската Унија. Јазикот не само што ги отвора вратите кон другите култури, туку и на практичен начин ја збогатува нашата способност да ги искористуваме културните контакти кога патуваме или работиме во други земји членки на Европската Унија. Долгорочната цел е да се охрабрат луѓето од Европа да научат дополнителни два јазика покрај мајчиниот.

Европската Унија исто така е вклучена во заштита на регионалните и малцински јазици во своите рамки (баскијски, бретонски, каталонски, фризиски, велски итн.). постои проценка дека повеќе од 40 милиони луѓе во Европската Унија зборуваат мајчин јазик кој не е официјален јазик во својата земја на потекло.

Поддршката на лингвистичката разновидност претставува еден од оперативните принципи на Европската Унија. Со проширувањето во 2004 година, бројот на официјални јазици во Европската Унија порасна од 11 на 20. Европската Унија бара нејзината легислатива да биде достапна на сите јазици и оттаму да биде достапна за сите граѓани. Ова исто така гарантира дека секој граѓанин на Европската Унија може да пишува до било која институција или тело на Европската Унија и да добие одговор на сопствениот јазик. На истиот начин, член на Европскиот парламент има право да ги претставува своите гласачи на својот мајчин јазик во ситуации кога сака да се обрати.

Програмата „Култура 2007“

Комисијата има предложено едноставен финансиски и програмски инструмент за културна соработка, насловен како „Култура 2007 програма“, за периодот од 1 јануари 2007 година до 31 декември 2013 година. Почетниот предлог на Комисијата обезбедува буџет од 408 милиони евра за развивање на транснационална културна кооперација помеѓу операторите од земјите на проширената Европската Унија кои партиципираат во програмата. Таа предлага поддршка на културните кооперативни акции, европските организации кои се активни на полето на културата и ширење на информации, анализа и активности за промовирање на културата. Овој нов инструмент ја следи рамковната програма на Култура 2000 која го покриваше периодот од 2000 – 2006 година. Култура 2007 е покомплетна, поотворена и пријателска. Цел на оваа програма е да ја зајакне културната област која е заедничка за Европјаните, со осврт на охрабрување на појавување на европско државјанство.

.Програмата има три централни цели кои имаат значителна европска вредност.

- Поддршка на транснационалната мобилност на професионалци во културниот сектор;
- Охрабрување на циркулација на уметнички дела како и на уметнички и културни производи преку националните граници;
- Промовирање на интеркултурен дијалог базиран на еднаквост на културите.

За да се стекнат со поддршка од Заедницата, избраните проекти ќе мора да исполнат една или повеќе од овие цели.

РЕГУЛАТИВНИ АСПЕКТИ ВО ОБЛАСТА НА КУЛТУРАТА ВО ЕУ

Целта на внатрешниот пазар е да направи економските оператори (компании, работници, јавни ентитети) во различните земји членки да подлежат на идентична легислатива преку Европската Унија. Легислативата која се однесува за едноставниот пазар ги зема предвид културните аспекти, донесувајќи одредби за нивната специфична природа секаде каде е возможно. Слободното движење на работна сила, добра и услуги, даноците, авторските и слични права како и конкурентската политика, претставуваат дел од развојот на културната политика на Европската Унија.

Слобода на движење за професионалци во културниот сектор, слобода на основање, слободно движење на добра и услуги во рамките на Европската Унија

Важен аспект на принципот на слободно движење е можноста сите европски граѓани да бараат работа или да се вработат или самовработат во во било која од земјите членки на Европската Унија надвор од својата земја на потекло. За добрата мора во принцип да постои можност слободно да циркулираат од една во друга земја членка. Принципот на слободно движење на работници, слободно основање, слобода во обезбедувањето на услуги и слободно движење на добра, функционира целосно во корист на професионалците од културниот сектор.

Слобода на движење на работници *(член 39 од Договорот)* забранува секаква дискриминација базирана на вработување, надомести работни услови на национална основа. Слобода на основање (Член 43 од Договорот) значи право на основање економска активност во земја членка различна од онаа на потекло; и слободното движење на услугите *(Член 49 од Договорот)*, што значи право на обезбедување услуги во друга земја членка без да се биде перманентно присутен таму. Вработувањето ви јавните услуги подлежи на

посебни одредби. Слободното движење на добра *(Член 23 од Договорот)* во рамките на Европската Унија значи отстранување на пречките (царински обврски, даноци и трговски рестрикции) на циркулирањето на добрата. На ваквите слободи може да се постават рестрикции доколку тие претставуваат закана по јавната безбедност, јавниот ред или здравјето на луѓето. Легислативата која базира на претходно наведеното е присвоена од страна на Европската Унија, главно го зема в предвид слободното движење на работниците и нивните семејства, регулативите околу социјалната сигурност, признавање на дипломи и движење на добра.

Постојат регулативи кои го потпомагаат движењето на работниците и нивните семејства. Работниците имаат право да бараат активност во друга земја членка и не смеат да бидат третирани понеповолно од државјаните на таа земја членка од аспект на плаќањето, даночните повластици или правата на трговската унија. Одржувањето на семејствата заедно е исто така олеснето преку примената на одредбата за еднаков третман на нациите во конкретната земја (пристап до образование, можност за барање работа итн.).

Донесени се одредби за олеснување на пристапот на работници и услуги во земјите членки кои не се нивни земји на потекло. Онаму каде што е обезбедена услуга преку националните граници, ситуацијата со работници кои привремено престојуваат во друга земја членка е исто така покриена. Постојат и регулативи кои се однесуваат правото на престој и правото на работа на припадници на странски нации во Европската Унија.

Европската Унија ги координира системите на социјална сигурност на земјите членки со цел да се олесни селењето на европските граѓани.

Признавањето на дипломите во различните земји членки обезбедуваат основа за систем на еквиваленција помеѓу дипломите и стручните квалификации. Покрај генералниот систем за заедничко признавање на сертификатите и дипломите кои ги потврдуваат завршените долги или кратки едукативни курсеви, одредени занаети, трговски и услужни дипломи или активности и стручни квалификации, постои специфична одредба за заедничкото признавање на дипломи и други квалификации од областа на архитектурата како и за олеснување на основањето и снабдувањето со услуги од ова поле.

Културните добра може слободно да се движат, но и да подлежат на одредени рестрикции од аспект на увоз, транзит или извоз, со цел да се заштитат националните богатства кои имаат уметнички, историски или археолошки вредности *(Член 30 од Договорот*). За да се олесни контролата на извозот и заштитата на културните добра, постојат специјални извозни аранжмани за националните богатства. Исто така донесени се и одредби за олеснување на враќањето на културните добра кои ја напуштиле територијата на земјата членка.

Културата и даноците

Акциите на Европската Унија во полето на данокот на додадена вредност (ДДВ) и оданочувањето на бизнисот бараат усогласување на различните национални системи. Значаен елемент на ова претставува конвергенцијата на стапките на ДДВ во земјите членки. Постои стандардна стапка на ДДВ од преку 15% и редуцирана стапка под 5%. Културните добра и услуги подлежат на ДДВ. Како начин на подржување уметничка и интелектуална креативност, Европската Унија им овозможува на земјите членки да применуваат редуцирани стапки на ДДВ за одредени добра и услуги како што е понудата на книги и списанија, пристап до културни настани, прием на радио и ТВ емисии како и услуги обезбедени од уметници/изведувачи. Акциите кои се однесуваат на продажба помеѓу препродавачи на половни добра, уметнички дела, антиквитети и колекционерски предмети подлежат на двојно оданочување. Продажбата помеѓу приватни индивидуи е ослободена од ДДВ.

Културата и авторските и слични права

Авторското право е ексклузивно право на користење литература, музичко или уметничко дело, право да се бара авторство, заштити било каква промена на делото, негово презентирање на јавноста и негова репродукција. Слични права поврзани со ова, ги штитат уметниците кои не се оригинални креатори, како што се изведувачи, прозиводители на звук како и телевизиски куќи.

Европската Унија има воведено висок степен на заштита на авторските и слични права која се однесува на траењето на заштитата, правата на најмување и изнајмување и правата на препродавање на оригиналното дело. Со оглед на технолошкиот развој, а особено појавувањето на информациско општество, донесени се одредби за заштита на базите на податоци, компјутерските програми како и услугите кои базираат или се состојат од условен пристап.

Од аспект на траењето, заштитата на авторските права останува на сила 70 години после смртта на авторот или 70 години после законската публикација на делото, додека сличните права остануваат заштитени за 50 години изведување, публикација, комуникација или емитување. Исто така постојат и регулативи кои ги покриваат правата за изнајмување и најмување за комерцијални цели или изнајмување за некомерцијални цели за организациите кои се достапни за јавноста. Авторот на делото, во случај на изнајмување има право на наплата од страна на друштвата за управување со авторските права.

Што се однесува до правата за препродавање, европските институции бараат да се овозможи авторот да бара одреден процент од препродажбата на оригиналното дело (ракописи и уметнички дела како што се слики, колажи, цртежи, фотографии).

Компјутерските програми се заштитени со законот за авторски права исто како и литерарните дела. За сателитското и кабелско емитување, оние што ги поседуваат авторските права може да склучат договори со овие емитувачки организации. Кабелската трансмисија на делото колективно се управува. Авторите на базите на податоци се покриени со заштита на интелектуалната креација вклучена во селекцијата и аранжманот на материјали како и на инвестиции (финансиски, човекови ресурси, напор и енергија) во стекнување, верифицирање или презентирање на содржината на базата на податоци. За услугите кои базираат или се состојат од условен пристап, земјите членки предвидуваат користење на заштитни механизми од типот плаќање од преглед, или аранжмани на претплата. Со исклучок на случаите на незаконски услуги, земјите членки може да не ја заштитат дистрибуцијата на услуги заштитени во друга земја членка или да воведат рестрикции за циркулација на начини на пристап кон овие услуги. Преку Светската организација за интелектуална сопственсот (WIPO) се заштитени авторските и слични права во информатичките општества, а особено оние кои се однесуваат на репродукцијата и дистрибуцијата на делата. Оној што го поседува правото може да спречи ширење на оригиналот или копирање на делото. Земјите членки во одредени случаи може да воведат рестрикции за користењето на овие права.

Културата и конкурентската политика

Конкурентската политика ги поставува правилата кои се однесуваат на водењето на бизнис на територијата на Европската Унија. Културните бизниси исто така подлежат на овие правила, но притоа се зема предвид специфичната природа на секторот, особено во делот што се однесува на државната помош. Применетите правила воглавно забрануваат договори помеѓу потфати кои може да влијаат на трговијата помеѓу земјите членки и кои не дозволуваат, ја ограничуваат или нарушуваат конкуренцијата на заедничкиот пазар *(Член 81 од Договорот).* Злоупотреба на доминантната позиција на пазарот е исто така забранета.

Државна помош (понудената помош во било која форма од страна на државниот ентитет на економскиот оператор) е забранета онаму каде што постои опасност да ја наруши трговијата помеѓу земјите членки, ставајќи ги одредени фирми или одредени типови на производство во предност. Како и да е, државната помош во промовирањетона културата и заштитата на традицијата се смета како компатибилна на внатрешниот пазар и не влијае на трговијата помеѓу земјите членки во обем во кој не ги нарушува заедничките интереси *(Член 87 (3) (d) од Договорот*). Европската Комисија има исто така прифатено текстови кои ја разјаснуваат авторизацијата на државната помош на одредени културни оператори во проблематични региони и рурални

средини на мали и средни претпријатија, во истражувањето и развојот и за реконструкција на одредени фирми кои се соочуваат со потешкотии.

Заклучок

Ако гледаме историски, "оригиналноста на европската култура е во тоа што таа постојано била произведувач на еден виор кој го сочинуваат меѓуделувања и вкрстување на различни дијалогики кои се поврзуваат и спротивставуваат: религија/ум, верба/сомнеж, митско мислење/критичко мислење, емпиризам/рационализам, егзистенција/идеја/, посебно/општо, филозофија/наука, старо/ново, традиција/еволуција итн. Нејзината особеност пред се е во континуираноста и во силата на нејзините дијалогики во кои ниедна од конститутивните инстанции не ги уништува и не ги истребува другите, ниту пак трајно врши силна хегемонија" (Morin E. 1989. 63).

Анализирајќи ја европската модерната или популарна култура пак, можеме да забележиме дека таа е "Подрачје на културната продукција на европската владејачка класа кое води кон универзалност"*(*Вилијамс Р. 1996. 248 *)*

Ако тргнеме од дефиницијата за култура според која нејзини елементи претставуваат историјата, јазикот, обичаите како обележје на еден народ, тогаш не можеме да зборуваме за постоење на европска култура. Кога го слушаме терминот европска култура, пред се помислуваме на културите на сите земји членки сплотени во заедница и во еден заеднички културен проект во кој се градат заеднички културни вредности, закони и институции, а при тоа секоја земја си ја задржува својата културна посебност и оригиналност.

Но, ЕУ очигледно претендира културата која е типично развиена за едно општество радикално да ја прошири во овој нов и се позначаен систем на комбинирани и невоедначени култури во еден транснационален и паранационален размер.

Сепак, од горе наведениот текст за активностите на ЕУ и нејзините политики во областа на културата, можеме да заклучиме дека можеби не постои европска култура во вистинска смисла на зборот, но сигурно е дека постои европски културен проект. Европската унија добро ја врши својата работа во оваа област. Почнувајќи од многу донесени закони и регулативи кои ја одредуваат и регулираат културната сфера, институции кои работаат на нејзино промовирање, се до голем број, акции и програми кои би требало да ја доближат "оваа" култура до сите граѓани на земјите-членки и на некој начин културно да ги обединат. Едно е сигурно, Европската Унија многу вложува во областа на културата и очекува еден ден сето тоа да и се исплати.

EUROPEAN UNION AS A KULTURAL PROJECT

Summary

EU apparently pretending culture that is typically developed for a society radically expanded in this new and meaningful system of combined and different cultures in a transnational and international scale. EU and its policies in the field of culture, we can conclude that perhaps there is no European culture in the true sense of the word, but it is certain that there is a European cultural project. European Union carries out his good work in this area. As adopted by many laws and regulations which determine and regulate the cultural sphere, institutions that work on its promotion, until large numbers, actions and programs that are supposed to bring "this" culture to all citizens of Member States and a cultural way to unite. One thing is certain, the European Union invested much in culture and expects one day and it all pays off.

Key words: *European Union, culture, identity, cultural project, programs.*

Литература

1. Domenak, Zan-Mari: *Evropa: kulturni izazov.* Beograd: Biblioteka 20vek, 1991
2. Dzordano, Kristijan: *Ogledi o interkulturnoj komunikaciji*. Beograd: Biblioteka 20vek, 2001.
3. Kokovic, Dragan: *Pukotine culture*. Beograd: Prosveta, 1997.
4. Lic, Edmund: *Kultura I Komunikacija*. Beograd: Biblioteka 20vek, , 2002
5. Morin, Edgar: *Kako misliti Evropu.* Sarajevo: Svjetlost, 2000.
6. Nugent, Neill: *The Government and Politics of The European Union*. London: The Macmillian Press, 1994.
7. Vajdenfeld, Vessels at al: *Europe from A to Z.* Скопје: Konrad Adenauer, 2004.
8. Вилијамс, Рејмонд; *Културата*. Скопје: Култура, 1996.
9. http://europa.eu.int/comm/culture/portal/activities/hertige/cultural-hertige-en.htm

336.14(4-672ЕУ)

Помлад асс. **Елизабета СПИРОСКА**[1]

БУЏЕТОТ НА ЕУ И НЕГОВИТЕ ИНСТРУМЕНТИ ЗА „НАДВОРЕШНА“ КОХЕЗИЈА : ISPA и IPA

Апстракт

Во основата на буџетот на ЕУ лежи принципот на солидарност. Овој принцип се спроведува преку политиката на кохезија. Политиката на кохезија има за цел да ги намали економските и социјалните разлики во двојна смисла : меѓу одделните региони во рамките на ЕУ и меѓу државите членки од една страна и државите кандидати за прием во ЕУ од друга страна.

Инструментите на ЕУ за спроведување на економска и социјална кохезија може да се поделат во две групи :

- „внатрешни“ инструменти за економска и социјална кохезија: Структурните фондови (ERDF, ESF, EAGGF и FIFG) и Кохезиониот фонд. Тоа се оние инструменти кои се наменети за поддршка на кохезијата меѓу државите членки на ЕУ и

- „надворешни“ инструменти за економска и социјална кохезија: PHARE, SAPARD, ISPA и IPA. Тоа се оние инструменти кои се наменети за подготвување на државите кои се приклучуваат на ЕУ односно, за ефикасно и ефективно применување на политиката на кохезија во моментот кога ќе и се приклучат на Унијата.

Развојната политика кон трети држави е еден од суштинските елементи на активностите на ЕУ кои се однесуваат на надворешните односи, а финансиската помош во оваа сфера претставува важен инструмент во спроведувањето на целите на ова политика.

Клучни зборови: *Предпристапен инструмент за структурни политики, Инструмент за предпристапна помош, ISPA, IPA, буџет на ЕУ, економска и социјална кохезија на ЕУ, финансиски инструменти на ЕУ.*

[1] Помлад соработник на Факултетот за правни науки

ПРЕТПРИСТАПЕН ИНСТРУМЕНТ ЗА СТРУКТУРНИТЕ ПОЛИТИКИ

(Instrument for structural policies for Pre-Accession – ISPA)

ISPA беше дизајниран како дел од Агендата 2000, потврден од Европскиот Совет во Луксембург во декември 1997 година и е еден од трите финансиски инструменти (заедно со PHARE[2] и SAPARD[3]), чија цел е да им помогне на државите-кандидати во подготовката за пристапување кон ЕУ. Помошта на Унијата преку ISPA се доделуваше во периодот од 2000-та до 2006 година.

Според „ISPA регулативата“[4] ISPA ќе обезбеди помош во подготовката за пристапувањето кон Европската унија на следните држави-кандидати: Бугарија, Република Чешка, Естонија, Унгарија, Латвија, Литванија, Полска, Романија, Словачка и Словенија, во областа на економската и социјалната кохезија, а во врска со животната средина и транспортот. Од 1-ви јануари 2005 година и Хрватска почна да ги користи придобивките од ISPA.

Врз основа на принципите на управување на Кохезивниот фонд, се нуди помош за проекти во областите кои се приоритет на ЕУ : животната средина и транспортот. Негови цели се следните:

0. Запознавање на државите апликанти со политиките, процедурите и принципите на финансирање на ЕУ ;
1. Помош за достигнување на ЕУ стандардите за животна средина и
2. Надградба и проширување на врските со трансевропските транспортни мрежи.

Помошта од стана на Унијата преку ISPA беше насочена кон исполнување на целите поставени со Партнерството за пристапување за секоја од горенаведените држави, во согласност со националните програми за подобрување на заштитата на околината и транспортните инфраструктурни мрежи. Оваа помош од страна на Унијата ги вклучуваше проектите, фазите на проектите кои технички и финансиски беа независни, групи на проекти или проектни шеми на полето на заштитата на околината или транспортот.

[2]Council Regulation (EC) No 3906/89 on economic aid to certain countries of Central and Eastern Europe

[3]Council Regulation (EC) No 1268/1999 of 21 June 1999 onCommunity support for pre-accession measures for agriculture and rural development in the applicant countries of central and eastern Europe in the pre-accession period

[4] Council Regulation (EC) N° 1267/1999 of 21 June 1999

Општо земено, државите-кандидатки се соочуваат со големи еколошки проблеми, особено во поглед на загадувањето на водата, управувањето со отпадот и загадувањето на воздухот. Затоа се потребни големи напори, кои вклучуваат значителни износи на техничка и финансиска помош од ЕУ, за овие држави своето законодавство кое се однесува на животната средина да го усогласат со законодавството на Унијата.[5]

Приоритет беше даден на асистирањето при проекти кои се однесуваа на :

1. Квалитетот и снабдувањето со вода за пиење ;

2. Собирање и третман на отпадните води и

3.Собирање и управувањето со цврст отпад - намалување на загадувањето на воздухот.

Во државите-кандидати, постои потреба од изградба, поправка и надградба на транспортната инфраструктура и нејзино поврзување со транспортните мрежи на ЕУ. Подобрувањето на транспортната инфраструктура е клучен дел од економскиот развој во овие држави. Развојот на ефикасен транспортен систем е суштинска компонента во секоја претпристапна стратегија. ISPA фаворизира инфраструктурни проекти кои поттикнуваат на одржливи форми на движење на луѓе и стока и одредени проекти кои се од интерес за Унијата, како проектите за пан-европските транспортни коридори, одобрени во јуни 1997 година на Конференцијата во Хелсинки, а исто така и проекти кои им овозможуваат на државите да ги исполнат целите на Партнерството за пристапување. Целта на доближувањето на транспортната инфраструктура во државите-кандидатки до стандардите на ЕУ е пред сé да се исполнат очекувањата за големите инвестиции. Оттука ISPA придонесува за финансирањето на развојот на железниците, патиштата, пристаништата и аеродромите, земајќи ги во предвид барањата за одржлив транспорт и модалните промени.[6]

Исто така, буџетот на ISPA се користи и за финансирање на подготвителни студии и техничка помош. Во овие случаи мора да биде прикажана јасната врска меѓу мерките од ваков вид и проектите финансирани од ISPA. Техничката помош има клучна улога во гарантирањето на високото ниво на квалитетот на проектите, во поглед на подготовката, имплементацијата, управувањето и влијанието и овозможува резултатите од истражувањето да бидат вклучени во соодветниот сектор. Оваа помош вклучува и помош за подобрување на административниот капацитет на органите одговорни за управување и имплементација на ISPA.

[5] http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/download/envi_en.pdf
[6] http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/download/trans_en.pdf

Државите-кандидатки можеа, преку Националниот ISPA координатор, да предлагаат проекти во секторите на ISPA. Проектите мораше да бидат дел од ISPA секторскиот инвестициски план прифатен од страна на државите-апликанти и одобрен од страна на Комисијата.

Апликациите мораше да бидат испратени до ISPA Дирекцијата. Пријавата, се испитуваше од страна на службите на Комисијата и (кога беше потребно) се разговараше со државата-апликант.

Кога Комисијата сметаше дека проектот може да биде дозволен, таа го доставуваше проектот за мислење до Управниот комитет, составен од претставници на државите-членки.

По добивањето на позитивно мислење од Управниот комитет, Комисијата го прифакаше проектот и на државата-апликант и го доставуваше финансискиот меморандум за потпишување.

За управување и контрола на средствата, Комисијата бараше од страна на државите корисници на ISPA помошта да воспостават :

- Менаџмент и контролен систем кој ќе обезбеди :

1.Солидна имплементација на помошта во согласност со принципите на цврст фиансиски менаџмент ;

2.Сепарирање на функциите на менаџмент и контрола и

3.Извештај дека декларациите за расходите презентирани пред Комисјата се точни и произлегуваат од системот заснован на документите достапни за верификација

- Да ја проверат исправноста на преземените акции финансирани од страна на Унијата ;
- Да извршат превенција од нерегуларностите и да ги преземат потребните дејствија против истите и
- Секој изгубен износ како резултат на нерегуларности или негрижа да го надополнат.[7]

Мерките предвидени со ISPA регулативата беа поставени на задоволително ниво и имаа значајно влијание во подобрувањето на транспортот и заштитата на околината. Вкупните трошоци за секоја мерка во принцип не беа помалку од 5 милиони евра. Годишните исплати беа авторизирани од страна на буџетските авторитети во рамките на горната граница поставена во финансиската перспектива. За секоја држава кандидат

[7]Commission Decision of 22 June 2001 on information and publicity measures to be carried by the beneficiary countries concerning assistance from the Instrument for structural Policies for Pre-accession (ISPA), (OJ L 182/58 of 5.7.2001), p.8

за членство, Комисијата направи индикативна алокациаја на средства од ISPA врз основа на критериумот на популација, БДП per capita и релативната територија за големина на државата.[8] Помошта на ЕУ под ISPA заземаше форма на директна помош без обврска за враќање, помош со обврска за враќање и други форми на помош. Стапката на помошта од ISPA можеше да биде до 75% од јавните или еквивалентните трошоци. Комисјата можеше да донесе одлука за зголемување на оваа стапка на 85% за реализација на проекти од есенцијално значење за постигнување на генералните цели на ISPA. Стапката на средствата за помош се намалуваше со земањето во предвид на следните критериуми:

0. Достапност на кофинансирање ;
1. Капацитетот на мерките за генерирање на приходи
2. Соодветната примена на правилото „загадувачот плаќа“[9]

Комисијата со Одлуката за одобрување на мерките го детерминираше износот на финансиската помош и финансискиот план заедно со провизиите и потребните услови за импелементација на мерките. Комбинираната помош под ISPA и останатата помош од страна на ЕУ за одредена мерка не смееше да ја надмине границата од 90% од вкупите расходи поврзани со таа мерка.

За периодот од 2000-та до 2006 година, 1 040 милиони евра годишно (по цени од 1999 година) се ставани на располагање за овој инструмент. Во првите четири години од спроведувањето (2000-2003), ISPA финансира над 300 големи инвестиции во инфраструктурата во 10 држави-кандидатки од Централна и Источна Европа (Бугарија, Чешка Република, Естонија, Унгарија, Латвија, Литванија, Полска, Романија, Словачка, Словенија). Помошта изнесуваше 7 милијарди евра за инвестициона вредност од околу 11,6 милијарди евра (тековни цени). По проширувањето на ЕУ во 2004 година, ISPA држави беа Бугарија и Романија, а другите држави примаатели станаа прифатливи за Кохезивниот фонд.

ИНСТРУМЕНТ ЗА ПРЕТПРИСТАПНА ПОМОШ

(Instrument for Pre-accession Assistance – IPA)

Во рамките на новата финансиска перспектива на ЕУ за периодот 2007-2013 година, беше предложен нов Инструмент за претпристапна помош

[8]Council Regulation (EC) No 1267/1999 of 21 June 1999 establishing an Instrument for Structural Policies for Pre-accession (ISPA), (OJ L 161/76, 26.6.1999), p.3
[9]Council Regulation (EC) No 1267/1999 of 21 June 1999 establishing an Instrument for Structural Policies for Pre-accession (ISPA), (OJ L 161/76, 26.6.1999), p.4

(IPA)[10]. Претпристапната помош до 2007 година беше дистрибуирана преку различни инструменти PHARE, SAPARD, ISPA[11] и претпристапниот инструмент за Турција. Финансирањето од страна на ЕУ на Западен Балкан се спроведуваше преку CARDS[12] програмата. IPA ги замени сите овие инструменти и за прв пат во единствена рамка ги соедини, помошта за државите кандидати за членство и потенцијалните држави кандидати за членство со точно одредена претпристапна помош за секоја држава согласно со нејзините потреби .

Помошта преку IPA се обезбедува врз основа на Европските партнерства со потенцијалните кандидати и Партнерствата за пристапување на државите кандидати, што значи дека ЕУ со овој инструмент обезбедува фокусирана претпристапна помош на државите од Западен Балкан[13] и Турција. IPA е дизајниран како флексибилен финансиски инструмент и со тоа обезбедува помош која директно зависи од напредокот на поодделните држави кориснички и нивните потреби како што е прикажано во оценките на Европската комисија и стратешките документи.

Оваа финансиска помош е создадена со цел да се одговори на потребите на државите-кориснички во контекст на претпристапната политика на најсоодветен начин. Нејзината главна цел е да се поддржи градењето на институциите и владеењето на правото, човековите права, вклучувајќи ги и основните слободи, малцински права, родовата еднаквост и недискриминацијата, административните и економските реформи, економскиот и социјалниот развој, реконструкцијата, како и регионалната и прекуграничната соработка.

Комисијата во однос на користењето на IPA помошта бара почитување на следните принципи:

- Принципите на кохерентност, комплементарност, координација, партнерство и концентрација;
- Да биде кохерентна со политиките на ЕУ и да ги подржува напорите за усвојување на acquis-от;
- Да биде компатибилна со буџетските принципи на ЕУ;

[10]Council Regulation (EC) No 1085/2006 of 17 July 2006 estalishing an Instrument for Pre-Accession Assistance (IPA)

[11]Council Regulation (EC) No 1267/1999 of 21 June 1999 establising an Instrument for Structural Policies for Pre-accession

[12]Council Regulation (EC) No 2666/2000 of 5 December 2000 on assistance for Albania, Bosnia and Hercegovina,Croatia, the Federal Republic of Jugoslavia and the Former Yugoslav Republic of Macedonia, repealing Regulation (EC) No 1628/96 and amending Regulations (EEC) No 3906/89 and (EEC) No 1360/90 and Decisions 97/256/EC and 1999/311/EC

[13]кандидатските држави : Хрватка, Турција и Македонија и на потенциајлните кандидатки држави : Албанија, Босна и Херцеговина, Црна Гора, Србија и Косово

- Да биде конзистентна со потребите идентификувани во процесот на проширување и апосрбцискиот капацитет на државата корисник;
- Правото на програмирање и имплеметација на помошта од страна на државата корисник да биде јасно обезбедено под интеревенција на Комисијата;
- Операциите да бидат солидно подготвени, со јасни и доверливи цели, кои треба да се исполнат во дадениот период;
- Било каква дискриминација (полова, расна, етничка, религиозна) треба да биде спречена во сите фази на имплементација на помошта и

Задачите на претпристапната помош треба да бидат извршени во рамката на одржлив развој и промоција на целта за заштита и подобрување на околината.[14]

За да се остварат предвидените цели со истовремено обезбедување ефективни и кохерентни акции, IPA е составена од пет компоненти, кои ги покриваат приоритетите дефинирани во согласност со потребите на државите-кориснички:

1.Помош во транзициониот процес и градењето на институциите-Институционален развој

2.Прекугранична кооперација (со државите членки на ЕУ и останатите држави корисници на IPA)

3.Регионален развој (транспорт, заштита на околината и економскиот развој)

4.Развој на човечки ресурси (зајакнувањена човечкиот капитал и борба против исклучувањето од пазарот на трусот) и

5.Рурален равој[15]

Две компоненти се однесуваат на сите држави-кориснички[16]. Другите три компоненти се наменети само за државите-кандидати.[17]

На овој начин државите-кандидатки, во периодот на пристапување, се подготвуваат за целосна имплементација на законодавството на Унијата, а потенцијалните кандидати ќе имаат корист од поддршка, за постепено

[14] Commission Regulation (EC) No 718/2007 of 12 June 2007 implementing Council Regulation (EC) No 1085/2006 establishing an instrument for pre-accession assistance (IPA), (OJ L 170/1 of 29.06.2007), p.5

[15]Commission Regualtion (EC) No 718/2007 of 12 June 2007 implementing Council Regulation (EC) No 1085/2006 establishing an instrument for pre-accession assistance (IPA), (OJ L 170/1 of 29.06.2007), p.2

[16]Помош во транзициониот процес и градењето на институциите и прекугранична кооперација

[17]Регионален развој, развој на човечки ресурси и рурален равој.

изедначување на нивното законодавство со законодавството на ЕУ. Всушност, разликата е во начинот на кој овие мерки се спроведуваат, затоа што за остварување на трите компоненти државата-корисничка потребно е да управува со средствата на Унијата на децентрализиран начин.

Финансирањето на ЕУ преку IPA се остварува врз основа на повеќегодишно стратешко планирање во согласност со широките политички насоки утврдени во „пакетот“ на Комисијата, кој вклучува Повеќегодишна индикативна финансиска рамка. Повеќегодишната индикативна финансиска рамка за IPA е дизајнирана за обезбедување информации од страна на Комисијата за државите кориснички на средства и за компонентите на IPA. Таа се составува во форма на финансиска табела за наредните три години, поделена по корисник и по компоненти, врз основа на потребите на државите кориснички, на административниот и управувачкиот капацитет на државта и усогласеноста со Копенхашките критериуми за пристапување[18].

IPA финансиските ресурси се алоцирани за секоја држава и за секоја компонента. IPA интервенциите за третата, четвртата и петтата компонента се организирани преку повеќегодишни програми. На овој начин, IPA ги подготвува државите кандидати за членство за управување со фондовите на ЕУ кои ги покриваат истите области како Европскиот регионален фонд за развој, Кохезиониот фонд и Европскиот социјален фонд. Врз основа на финансиската рамка која се прави за секоја држава корисник и за секоја компонента поединечно, Европската Комисија и државата корисник подготвуваваат повеќегодишен индикативен програмски документ кој ја поставува претпристапната стратегија за определен период и потоа за секоја од петте компоненти се дефинираат и објаснуваат главните обасти на интервенција и главните приоритети и цели, како и соодветните финансиски средства. Документот ги опишува и резултатите кои се очекуваат од претпристапната помош и формите на помош. Понатаму за секоја компонента поединечно, државата корисник подготвува оперативни програми.[19]

Што се однесува до „акцијата на терен“, таа се остварува преку годишни или повеќегодишни програми (во зависност од компонентата) врз основа на индикативните плански документи кои се усвоени од страна на Комисијата. Програмите се спроведуваат преку следните три методи на управување: централизирано, децентрализирано или заедничко управување.

Комисијата ќе им го додели управувањето со предпристапните фондови на ЕУ на националните власти штом релевантните структури за

[18]Commission Regulation (EC) No 718/2007 of 12 June 2007 implementing Council Regulation (EC) No 1085/2006 establishing an instrument for pre-accession assistance (IPA), (OJ L 170/1 of 29.06.2007), p.7

[19]Mortensen K. : Head SAPARD Unit, DG AGRI, European Commission, Pre-accession Assistance for Rural Development, Skopje, 26 July 2006

програмирање и спроведување добијат акредитација за истото. Тоа значи дека вистинското спроведување на проекти и исплаќањето средства за компонентите нема да започне пред Европската Комисија да одлучи да го пренесе управувањето во децентрализирано управување. За да се случи тоа, пред сé, државната администрација мора да биде опремена со потребните структури, како и експертиза и капацитети за управување, внатрешни контроли и ревизии, со цел да се преземе целосна одговорност за децентрализираното управување со средствата од IPA. Во процесот на подготовка за користење на фондовите на IPA потребно е да се исполнат и други бројни услови кои се однесуваат на правните и институционалните реформи за водење на соодветните политики.

Правилата за учество и за спроведување на различни програми во рамките на IPA се релативно флексибилни, со што се обезбедува ефективност на инструментот. Учеството во доделување на набавки или договори за грант е отворено за сите физички лица кои се државјани на една држава-членка и за правните лица кои се основани во држава-членка на ЕУ или на Европската економска област (ЕЕА), држава која е корисник на IPA или држава која е корисник на Европското соседство и партнерство (ENPI), како и за меѓународните организации. Учеството е отворено и за физичките и правните лица од државите кои не се споменати погоре, а кои во овие држави уживаат пристап до надворешната помош на Унијата врз основа на принципот на реципроцитет. Реципрочниот пристап се базира на статусот на донатор на една држава или регионална група на држави и е предмет на одлука на Комисијата, која се донесува по консултациите со IPA Комитетот.

Управувањето со средствата доделени според IPA регулативата е во согласност со општите услови за управување со средствата на Унијата[20], согласно кои Комисијата е одговорна за имплементацијата на истите (управување, следење, евалуација, известување). Исто така, Комисијата, мора строго да се придржува кон правилата за заштита на финансиските интереси на Унијата. Во овој контекст, Комисијата и Судот на ревизори имаат моќ за ревизија на сите изведувачи и подизведувачи, врз основа на документите и на самото место, ex ante и ex-post.

Спроведувањето на IPA може да биде суспендирано. Оваа суспензија се однесува на сите држави-корисници кои не успеваат да се усогласат со принципите на демократијата, владеењето на правото, човековите права и правата на малцинствата, како и на заложбите содржани во партнерство (пристапното партнерство или европско партнерство), или доколку не успеваат да направат доволен напредок кон исполнувањето на критериумите за пристапување, или за државите од Западен Балкан, дококу не успеваат во процесот на реформи. Советот тогаш може да преземе соодветни мерки,

[20] утврдени во Regulation (EC, Euratom) No 1605/2002

одлучувајќи со квалификувано мнозинство на гласови, на предлог на Комисијата, а по информирањето на Европскиот парламент.[21]

IPA треба да биде помош за развој, но нејзината примарна цел е да се подготват државите-кориснички за нивното членство во ЕУ во не многу далечна иднина. Една од главните карактеристики на претпристапната помош е нејзината „премостувачка“ функција, бидејќи е дизајнирана да ги подготви државите за периодот по пристапувањето.

Заклучок

Финансиската подршка на ЕУ не е насочена само кон постигнување кохезија, туку и економски и општествен развој. Додека од една страна целта на ЕУ е да промовира интеграција, од друга страна треба да се земат во предвид импликациите на таквата интеграција врз стабилноста. Европската интеграција, подразбира и трансформирање на „животната средина“ во рамките на која опстојуваат економиите на пооделните држави. Трговијата, инвестициите и финансиските трансакции меѓу државите потикнуваат раст и просперитет. Во Европа, постепеното комплетирање на внатрешниот пазар, проширувањето на ЕУ и воведувањето на единствената европска валута значат интензивирање на конкуренцијата, Оваа нова средина претставува предизвик, но исто така нуди можности за оние кои што сакаат да ја достигнат. Економската средина која што брзо се развива нуди можности и предизвици. Растот и просперитетот на европските економии и оние кои што претендираат тоа да бидат, зависи од нивната способност за ефикасно справување со предизвиците и искористување на можностите.

Summary

Financial support of the EU is not only aimed at achieving cohesion, but also economic and social development. Whilst the EU objective is to promote integration, on the other side should consider the implications of such integration on the stability. European integration, including the transformation of the "environment" within which exist economies of separate states. Trade, investment and financial transactions between countries encourage growth and prosperity. In Europe, the gradual completion of the internal market, EU enlargement and the introduction of the single European currency mean intensified competition, this new environment is challenging, but also offers opportunities for those who want

[21]Commission Regulation (EC) No 718/2007 of 12 June 2007 implementing Council Regulation (EC) No 1085/2006 establishing an instrument for pre-accession assistance (IPA), (OJ L 170/1 of 29.06.2007), p.3

to reach. Economic environment that rapidly evolving also offers opportunities and challenges. Growth and prosperity of European economies and those who pretend to be, depends on their ability to effectively address the challenges and exploit opportunities.

Key words: *Instrument for structural policies for Pre-Accession, Instrument for Pre-accession Assistance, ISPA, IPA, Budget of the EU, social and economic cohesion of EU, financial instruments of EU.*

Користена литература

1. Commission Decision of 22 June 2001 on information and publicity measures to be carried by the beneficiary countries concerning assistance from the Instrument for structural Policies for Pre-accession (ISPA), OJ L 182/58 of 5.7.2001
2. Commission Regulation (EC) No 718/2007 of 12 June 2007 implementing Council Regulation (EC) No 1085/2006 establishing an instrument for pre-accession assistance (IPA), OJ L 170/1 of 29.06.2007
3. Council Regulation (EC) N° 1267/1999 of 21 June 1999
4. Council Regulation (EC) No 1085/2006 of 17 July 2006 estalishing an Instrument for Pre-Accession Assistance (IPA)
5. Council Regulation (EC) No 1267/1999 of 21 June 1999 establishing an Instrument for Structural Policies for Pre-accession (ISPA), OJ L 161/76 of 26.6.1999
6. Council Regulation (EC) No 1268/1999 of 21 June 1999 onCommunity support for pre-accession measures for agriculture and rural development in the applicant countries of central and eastern Europe in the pre-accession period
7. Council Regulation (EC) No 2666/2000 of 5 December 2000 on assistance for Albania, Bosnia and Hercegovina, Croatia, the Federal Republic of Jugoslavia and the Former Yugoslav Republic of Macedonia, repealing Regulation (EC) No 1628/96 and amending Regulations (EEC) No 3906/89 and (EEC) No 1360/90 and Decisions 97/256/EC and 1999/311/EC
8. Council Regulation (EC) No 3906/89 on economic aid to certain countries of Central and Eastern Europe
9. European Commission – Directorate General for Enlargement, IPA Instrument for Pre-Accession Assistance – A new focus to EU assistance for enlargement, Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities, 2009
10. http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/download/trans_en.pdf
11. Mortensen K. : Head SAPARD Unit, DG AGRI, European Commission, Pre-accession Assistance for Rural Development, Skopje, 26 July 2006
12. Regulation (EC, Euratom) No 1605/2002

ЧЕКОРЕЊЕ СО ПРОГРЕСОТ ВО ИНФОРМАТИЧКАТА ТЕХНОЛОГИЈА

519.857 : 004.421.2

Проф. д-р **Биљана ПЕРЧИНКОВА**

РЕКУРЗИЈАТА КАКО ПРИНЦИП ВО ПРОГРАМИРАЊЕТО КАЈ ПРОБЛЕМОТ НА ХАНОЈСКИТЕ КУЛИ

Апстракт

Проблемот на Ханојските кули претставува древна и инспиративна математичка игра којашто бара висок степен на апстракција и креативност за да ги открие сите свои тајни. Уште повеќе, проблемот преточен на јазикот на современите програмски јазици претставува своевиден предизвик и за компјутерскиот експерт. Во трудот проблемот е решен со рекурзија, даден е програмскиот код и внатрешната алокација на променливите во меморијата. Рекурзијата е постапка при програмирањето кога еден програм се повикува самиот себе, за да се повика самиот себе, за повторно да се повика самиот себе во елегантна вртоглава постапка. Вистинска разрешница може да се добие само ако се направи прецизна шема на секој поединечен чекор и промена на вредностите на променливите во меморијата, што во трудот е направено со елегантна и во потполност оригинална шема.

Уште повеќе – рекурзијата како постапка прикажана е и кај доказот за вкупниот број на потези кај проблемот на Ханојските кули за случаи со различна димензионалност. Така и самиот доказ станува рекурзивен.

Клучни зборови: *Ханојски кули, рекурзија, програмирање, алокација во меморијата.*

Содржина:

1. **Рекурзијата како принцип во програмирањето кај проблемот на Ханојските кули**
2. **Рекурзијата и број на потези кај играта на Ханојските кули – рекурзија кај рекурзијата**

Ќе ја започнеме нашата сторија за убавината на програмирањето со инспиративниот проблем на Ханојските кули.

Легендата вели: Во големиот храм на Брама во Бенарес, на подлога од платина под куполата којашто го означува центарот на светот, поставени

се 64 диска од чисто злато коишто монасите ги пренесуваат **еден по еден** на три дијамантски игли според следниов непроменлив закон: **Ниеден диск не може да се постави на помал диск од себе.**

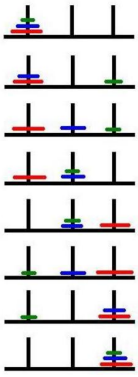
На почетокот на светот сите 64 диска ја формираа Кулата на Брама на една игла. Во сегашниов миг процесот на преместување на дисковите е на средина. Кога и последниот диск конечно ќе дојде на своето место на другата игла повторно формирајќи ја Кулата на Брама – крајот на светот ќе дојде и тој ќе се претвори во прав.

Проблемот на **Ханојски кули** е позната математичка игра и според горната легенда потекнува од древна Индија. Таа е претставена на западниот свет од францускиот математичар Едуар Лукас (Édouard Lucas) во 1883. година (сл. 2.1). Во манир на голем математичар и љубител на загатки, професорот ја претстави играта под псевдонимот N. CLAUS (DE SIAM) што претставува анаграм од неговото име Édouard LUCAS (D'AMEINS).Значи ,имаме три стапчиња и број на дискови со различна големина кои можат да се стават како прстен на кое било од стапчињата (сл. 2.2). Играта започнува со тоа што сите дискови се наоѓаат на првото стапче во растечки редослед од горе кон долу (најмалиот диск се наоѓа горе). Целта на играта е да се преместат сите дискови на друго стапче, под следниве услови:



Слика 2.1. Приказ на насловната страна на трактатот од професорот „N.Claus (De Siam)".

- Во еден потег може да биде поместен само еден диск,
- Секој потег се состои од подигање на еден диск што се наоѓа на врвот на некое стапче и потоа преместување најгоре врз другите дискови на некое друго стапче,
- Дискот се поставува секогаш врз *поголем* диск.



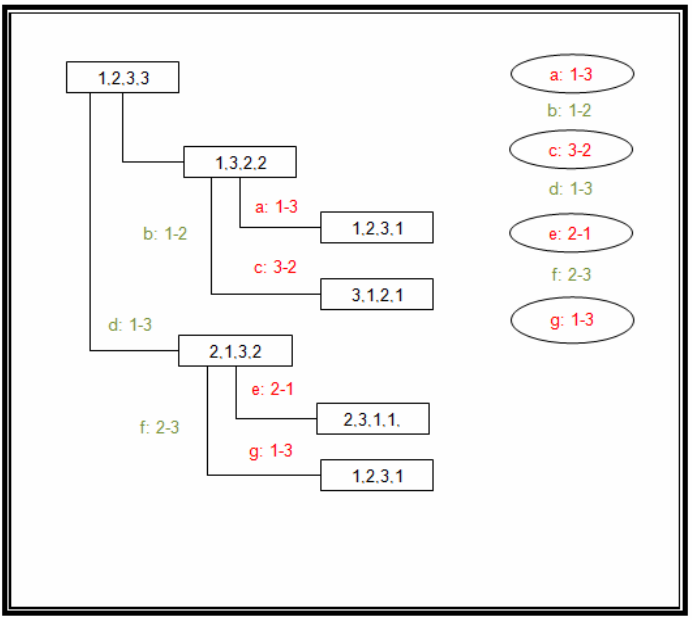
Слика 2.2. Решавање на проблемот на Ханојските кули за $i = 3$ односно со три диска. Да забележиме дека имаме 8 чекори односно 2^3.

Играта е интересна, древна и со едноставни правила. Во контекст на нашава студија, оваа загатка е интересна како пример за рекурзија во програмирањето. Подолу е даден текот на програмата во програмскиот јазик PASCAL како најблизок до псевдо-кодот и којшто понатаму може да се префрли во било кој програмски јазик. За нас во овој момент е важно да ја разбереме ***рекурзијата*** како една од најелегантните постапки во програмирањето.

```
Program Hanojski_kuli;
var i: integer;
procedure promeni (a,b,c:integer,i: integer);
begin
        if i>1 then
                begin
                promeni (a,c,b,i-1);
                write (a,'->',c);
                promeni (b,a,c,i-1);
                end;
        else
                write (a,'->',c);
        end;
                begin
                writeln('Колку диска содржи играта? ');
```

```
        readln(i);
        writeln('Промената треба да се изврши вака:');
        promeni (1,2,3,i);
end.
```

Сега ако тргнеме од главната програма каде за првпат се повикува процедурата ***promeni (a,b,c,i)*** и ја примениме за едноставниот случај за $i = 3$ ќе ја добиеме следнава шема за внатрешната алокација на променливите при сите последователни фази на изведување на програмата (сл. 2.3):



Слика 2.3. Внатрешна динамичка алокација на променливите кај проблемот на Ханојските кули за $i = 3$.

Гледаме дека програмата ***promeni (a,b,c,i)*** повеќе пати се повикува себеси на елегантен начин што како резултат со наредбата ***печати*** *(writeln)* на мониторот ни дава инфомација од кое стапче на кое се префрлува најгорниот диск.

За $i = 4$ и следејќи го текот на програмата погоре, ќе ја добиеме следната слика за алокација на променливите a, b, c и i (сл. 2.4):

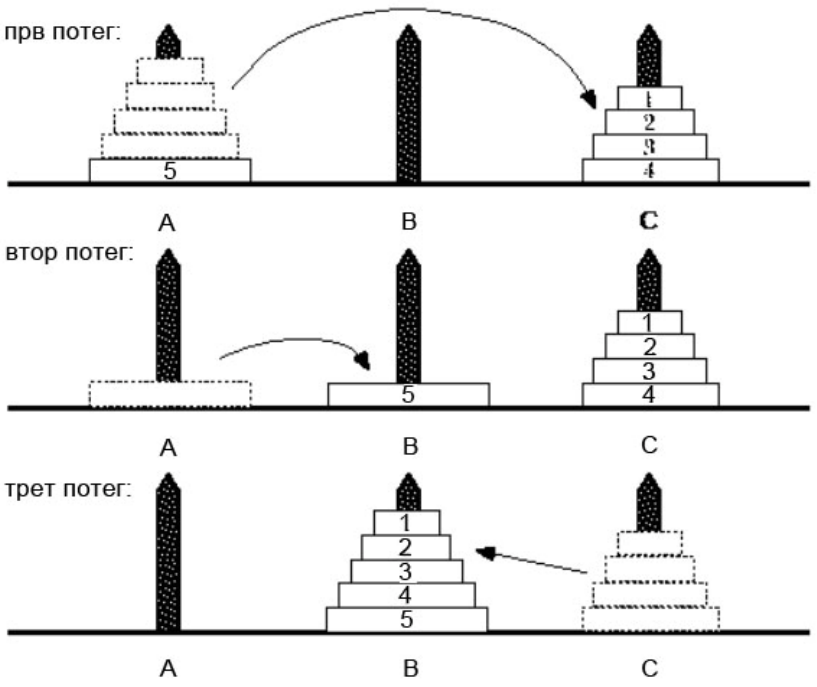
Слика 2.4. Внатрешна алокација на променливите за решавање на проблемот на Ханојските кули со $i = 4$ или четири диска.

Рекурзијата и број на потези кај играта на Ханојските кули – рекурзија кај рекурзијата

Рекурзијата е една од централните идеи на математичките науки и кај објектно-ориентираното програмирање. Да се реши еден проблем рекурзивно значи да се најде начин тој да се разбие на помали потпроблеми од кои секој има ист облик како и оригиналниот проблем.

Веројатно најтежок дел од решавањето проблеми рекурзивно е да се смисли како решението на помали проблеми од ист вид ќе нè доведе до решение на ЦЕЛИОТ проблем!

Нека ја погледнеме сликата 2.5:



Слика 2.5. Илустрација на објаснението за бројот на потези при решавање на проблемот на Ханојските кули кое исто така се темели на рекурзија.

Кој е најефикасниот начин да преместиме кула од k диска од едното стапче до другото? Нека претпоставиме дека стапчето A е почетното стапче (или изворно) додека полот B е целното стапче (или дестинацијата).

Првиот чекор е да ги преместиме горните *k*–1 диска од стапчето А на стапчето С.

Вториот чекор е да го преместиме диск од стапчето А на стапчето В.

Третиот чекор е да ги преместиме горните *k*–1 диска од стапчето С на стапчето В.

Ако со M(n) го означиме минималниот број на потези потребен да преместиме кула од *k* диска од стапчето А на стапчето С, тогаш

M(n) = минималниот број на потези потребен да се премести кула од n–1 диска од стапчето А на стапчето С +

минималниот број на потези потребен да се премести најдолниот диск од стапчето А на стапчето В +

минималниот број на потези потребен да се премести кула од n–1 диска од стапчето С на стапчето В.

Сега е јасно, гледајќи ја горната слика, дека купчето од k–1 диска го преместивме двапати, еднаш на дискот С и потоа на дискот В што претставува $2 \cdot M(n-1)$. На ова го одаваме потегот (еден) со кој го преместуваме најдолниот диск.

Потоа истата постапка рекурзивно ја повторуваме за купчето од (n–1) диска. Или на математички јазик имаме:

$$\mathbf{M(n) = 2M(n-1) + 1}$$

$$\mathbf{= 2*[2*M(n-2)+1] + 1 = 2^2 * M(n-2) + 1+2}$$

$$\mathbf{= 2^2 * [2*M(n-3)+1] + 1 + 2}$$

$$\mathbf{= 2^3 * M(n-3) + 1+2 + 2^2}$$

После k чекори имаме:

$$\mathbf{M(n) = 2^k * M(n-k) + 1+2 + 2^2 + \ldots + 2^{n-k-1}}$$

Општиот случај ќе го добиеме ако ставиме k = n-1 од каде следи:

$$\mathbf{M(n) = 2^{n-1} * M(1) + 1+2 + 2^2 + \ldots + 2^{n-2}}$$

$$\mathbf{= 1 + 2 + \ldots + 2^{n-1}} \text{ или:}$$

$$M(n) = \sum_{i=0}^{n-1} 2^i$$

Оттука табелата за број на потези на играта во зависност од нејзината димензионалност, односно од бројот на дисковите е следната:

N	Потребен број на потези
1	1
2	3
3	7
4	15
5	31
...	…
N	$2^n - 1$

Идејата на рекурзијата или само-референцијата ја сретнуваме исто така и во вештачката интелигенција кај Законот за некомплетност на Гедел, каде е потребно да изградиме математика за математиката или исказ за исказот за да ги покажеме границите на она што еден робот може или неговата неспособност да каже „Јас“.

Теоријата на релативност, теоријата на хаосот и фракталната геометрија кои го обележија дваесетиот век, исто така ја содржат оваа идеја.

Конечно, во крајна инстанца, само-референцијата е субјект кој трага по себеси како по објект во вечното настојување да одговори на најстарото прашање на човештвото: „**Кој сум јас**?“

Заклучок

Ја завршивме нашата мала прошетка низ вртоглавиот свет на самореферентните и рекурзивните постапки, каде дури и доказот за број на рекурзивни потези е рекурзивен самиот. Шемата за внатрешната алокација на променливите е дадена во вид на прецизен и сеопфатен дијаграм за случај на три и четири диска. Видлив е принципот, така што читателот со малку напор може да ја прошири шемата и за поголем број на дискови. Впрочем, нашата цел беше да ја разбудиме математичката љубопитност кај внимателниот читател и да ја поттикнеме неговата сопствена креативност.

Идејата на рекурзијата или самореференцијата ја сретнуваме исто така и во вештачката интелигенција кај законот за некомплетност на Гедел, каде е потребно да изградиме математика за математиката или исказ за исказот за да ги покажеме границите на она што еден робот може, или неговата неспособност да каже „Јас“.

Теоријата на релативност, теоријата на хаосот и фракталната геометрија кои го обележија дваесетиот век, исто така ја содржат оваа идеја.

Конечно, во крајна инстанца, самореференцијата е субјект кој трага по себеси како по објект во вечното настојување да одговори на најстарото прашање на човештвото: „**Кој сум јас**?“

Conclusion

We have finished our short walk through the vertigo-like world of self-referenced and recursive procedures, wherein even the proof for the number of recursive procedures is recursive itself. The scheme of internal allocation of variables is given in a precise and global diagram for the cases of there and four disks. The principle is visible, so that the reader with small effort could broaden the scheme for greater number of disks. Nevertheless, our aim was to awaken the mathematical curiosity with the careful reader and to give impetus to his own creativity.

The idea of recursion or self-reference could be met as well in the artificial intelligence with the Gődel's incompleteness theorem, where we are supposed to build mathematics about mathematics or statement about statement and to show the boundaries of what a robot can do and his inability to say "I". Theory of relativity, chaos theory and fractal geometry which have marked the twentieth century, contain this idea as well.

Finally, in its essence, the self-reference is a subject searching towards itself as an object in the eternal quest to answer the oldest question of humanity: "**Who am I**?"

Литература

1. Keneth H. Rosen: „Discrete Mathematics and its Applications“, McGraw-Hill Science/Engineering/Math; 4th edition, 1998.
2. Petković, Miodrag (2009). Famous Puzzles of Great Mathematicians. AMS Bookstore. pp. 197. ISBN 0821848143.
3. Gardner, Martin (2008). Hexaflexagons, Probability Paradoxes, and the Tower of Hanoi, Postscript to Chapter 6, Cambridge University Press. (Гарднер е прослевен колумнист на Scientific American, автор на легендарната колумна „Математички игри“.)

005 : 004

Проф. д-р **Здравко Стојаноски**

УПРАВУВАЊЕ СО КВАЛИТЕТОТ НА ИНФОРМАЦИИТЕ-ОСНОВЕН ПРЕДУСЛОВ ЗА КВАЛИТЕТЕН МЕНАЏМЕНТ ВО ПРЕТПРИЈАТИЕТО

1. Вовед

Менаџментот во претпријатието, како сложен динамички систем, има за цел да организира таков процес на производство, кој со висока степен на веројатност ќе го гарантира постигнувањето на производните задачи, при што се обезбедува исполнување на сите однапред планирани ефекти, под услов трошоците да се минимални.

Со менаџментот се предвидува перспективата и се прогнозира трансформацијата на системот. Се наведуваат целите коишто треба да се остварат со функционирањето на системот.

Деловниот систем внатре во себе (функциите на набавка, производство, продажба, финансиска функција и сл.), како и во интеракција со надворешната средина (пазарот за набавка и продажба, општествените институции, поширокиот економски систем, законодавството, јавното мислење и сл.), создава низа податоци кои се јавуваат како резултат на различни активности, деловни операции и деловни трансакции и истите тие стануваат влезни големини во некој друг потсистем на интегралниот информационен систем.

Информацијата како излезна големина од информациониот систем , од своја страна претставува влезна големина во системот на управување и одлучување, големина која му е неопходна на менаџментот за донесување управувачки одлуки.

2. Квалитетна информација-основа за донесување квалитетни одлуки во менаџментот

Потребата за информации во секое претпријатие расте по геометриска прогресија. Менаџерите за да можат да ги извршуваат своите задачи, а тоа значи да донесуваат квалитетни управувачки одлуки, мора да располагаат со сите потребни информации.

Бидејќи сите деловни и развојни процеси во претпријатијата имаат информациона димензија, информационите системи се појавуваат како слика на информационата димензија.

Информационите системи следат сé што се случува во претпријатието, ги обработуваат податоците и информациите и на тој начин им помагаат на менаџерите на различните нивоа на управување да донесуваат квалитетни одлуки. Исто така, тие овозможуваат да се предвидува и планира, односно да се утврди веројатноста на идните настани.

Информационите процеси се подлога на која егзистира управувачкиот процес во претпријатието и поради тоа од ефикасноста на информационите системи зависи и ефикасноста на процесот на управување.

Информационите системи треба да го овозможат: управувањето од тековен и развоен аспект, ефикасното функционирање на процесите, како и оптимален однос меѓу факторите кои ги условуваат: одржувањето на постојана контрола над сé што се случува во претпријатието (воспоставување на голем број повратни врски), и нормално структуирање на системот и одржување доволно високо ниво на организираност во однос на околината.

Доколку информационите системи не можат да ги задоволат барањата на корисниците, тогаш во системот ќе се појави информациона криза и ќе настапи пораст на ентропијата. Поради тоа одржувањето и развојот на информационите системи е услов да се избегне стихијата на подрачјето на информациите, а со тоа и стихијата во управувачките и функционалните процеси.

Информациониот систем ќе биде ефикасен доколку ја покрива целокупната структура на претпријатието како деловен систем. Тоа значи дека парцијалните информациони системи кои егзистираат во претпријатието треба да се поврзат на системски начин и да функционираат како интегрален информационен систем.

3. Управување со квалитетот на информациите

Во деловниот систем постојат два производни процеси : производен процес на учиноци и производен процес на информации. И со двата треба да се управува. За да се донесат квалитетни одлуки за управување со производниот процес на учиноци, треба да се управува со производниот процес на информации, со цел да се добијат квалитетни информации.

Управувањето со квалитетот е вклучено во сите фази од производниот процес на информациите и тоа: планирање, реализација и контрола.

Управувањето со производството на информации треба да овозможи обезбедување определен квалитет на информациите со минималните трошоци, при процесот на претворање на влезните податоци и информации (што претставуваат ресурси) во излезни (што претставуваат учиноци). Тоа, исто така, треба да ги опфати меѓусебно поврзаните активности и акции од економски, организационен и технички карактер.

Одлуките коишто се носат во процесот на управување имаат стратешки карактер, зашто со нив се насочува растот и развојот на системот. Тие одлуки се носат за подолг временски период и имаат долгорочни консеквенции врз функционирањето на системот.

Стратегијата претставува генерална програма за работење што ги разоткрива приоритетните проблеми и ресурси за постигнување на главната цел. Таа открива што претставува системот, зошто суштествува и каде е неговото место во средината што го опкружува.

Ефективното стратегиско управување опфаќа определување на целите и задачите, подготовка на план за дејствување и поставување на критериумите за оценка на исполнувањето.

Основна цел на производната стратегија на информациониот систем е задоволителен квалитет и квантитет на информациите.

Стратегијата треба да ги определи веројатните состојби во коишто може да се најде системот, да ја определи најверојатната состојба и за неа да направи долгорочен план заради постигнување на основните стратегиски цели.

Современите економски услови налагаат изработка на оптимална и комплексна стратегија, што ќе го опфаќа целиот фронт на политиката за квалитетот на информациите.

Во основата на управувањето со квалитетот се наоѓа процесот на одлучување, т.е. процесот на донесување одлуки на сите нивоа од создавањето на квалитетот. Управувањето со квалитетот е вклучено во сите фази од производниот процес на информациите, и тоа опфаќа: планирање, реализација и контрола.

До која степен се постигнати целите на управувањето се открива преку контролата односно, управувањето со квалитетот на информациите се постигнува со системска контрола на квалитетот на сите нивоа на неговото создавање (од идеја, разработка на проектирањето, производството, како и неговото користење).

Контролата е потсистем во системот на управување со квалитетот. За обезбедување интегрално управување со квалитетот е потребно да се врши интегрална контрола на квалитетот, и тоа, од

идејата, па сé до моментот кога информацијата излегува од процесот на производство и се дава на користење.

Утврдувањето параметри на квалитетот и квалитетно изведување одделни активности и акции ќе се доверува на службата за контрола на квалитетот.

Управувањето и планирањето на квалитетот ги опфаќа сите активности и компоненти што овозможуваат да се обезбеди информацијата да биде со саканиот квалитет.

Задачата на управувањето со квалитетот на информациите е врз основа на познавање на целокупниот производен процес и функционални врски на потпроцесите да ги ангажира сите учесници во создавањето на квалитетни информации со цел обезбедување и одржување соодветно ниво на тој квалитет.

4. Оптимализација на управувањето со квалитетот на информациите

Оптимализацијата на управувањето со квалитетот на информациите, треба да овозможи добивање информации со најдобар квалитет, коешто ќе услови донесување оптимални управувачки одлуки за производниот процес во претпријатието.

Квалитетната страна на управувањето е остварувањето на поставената цел. Со оптимализација на управувањето треба да се овозможи најцелисходно остварување на поставената цел, а тоа е квантитативната страна на управувањето.

Оптимализацијата на управувањето со квалитетот на информациите, треба да овозможи производство на информации во оптимално време, со оптимално трошење на ресурси, кое што пак ќе доведе до максимално можно приближување на органите на управување до управуваните објекти.

Бидејќи, во основа изработката на управувачките команди е одделена по време и простор од управуваниот објект, може да се јави определено задоцнување од донесувањето на управувачките команди до нивно предавање на управуваниот објект. Значи како задача се појавува определувањето на оптимално време на задоцнување на одлуките, кое што го претставува времето на задоцнување при минимално трошење на факторите на производство. Нека трошењето на факторите за намалување на задоцнувањето до ниво t, се искажува преку функцијата $S = \varphi(t)$, а загубите поврзани со суштествување на определено време на задоцнување се дадени со функцијата $T = f(t)$, при што со t - се обележува времето на задоцнување. За да се определи оптимално време на задоцнување на одлуките, неопходно е да се изврши минимизирање на овие две функции, притоа:

$$S + T = \varphi(t) + f(t)$$
$$\varphi(t) = b - k.t$$
$$f(t) = a^t$$

Притоа, ако $k > 0$, минимизирањето на изразот $b - k.t + a^t$, ќе го добиеме преку неговото диференцирање по t и израмнување на резултатот до 0.

$$(b - k.t + a^t)' = 0.$$

Во тој случај, лесно може да се пресмета оптималното време на задоцнување:

$$t_{opt} = \frac{1}{\ln a}.\ln\frac{K}{\ln a}.$$

Оптимализацијата на управувањето, всушност претставува утврдување оптимален режим за функционирањето на сите делови од системот за остварување на поставената цел.

Оптималниот режим, во суштина, претставува пресметка на сите можни варијанти и избор на оптимална варијанта.

Улогата на процесот на управување се состои во тоа да се избере онаа варијанта која обезбедува остварување на најоптимален резултат, односно производство на информации со највисок квалитет.

5. Заклучок

Менаџерите за да можат да ги извршуваат своите задачи, а тоа значи да донесуваат квалитетни управувачки одлуки, мора да располагаат со сите потребни информации, во соодветна количина и квалитет.

Задачата на управувањето со квалитетот на информациите е врз основа познавање целокупниот производен процес и функционални врски на потпроцесите да ги ангажира сите учесници во создавањето на квалитетни информации со цел обезбедување и одржување соодветно ниво на тој квалитет.

MANAGING THE QUALITY OF THE INFORMATION -THE MAIN PRECONDITION OF QUALITATIVE MANAGEMENT IN THE ENTRPRISE

Abstract

In order to establish their tasks, that is, to make qualitative managing decision, the managers have to have all the necessary information in suitable quantity and quality.

On the basement of the knowledge of the wholesome process of production and functional relations of the subprocesses, the task of the managing with the quality of the information is to activate all the participants in the production of the qualitative information in order to supply and maintain suitable level of the quality.

Литература

1. Laudon, K, C., :"Management Information Systems", Prentice Hall,Inc.1998
2. Шуклев, Б. : " Менаџмент ", Економски факултет - Скопје , 1998год
3. Балабан, Н., Ристиќ, Ч., Ѓурковиќ, Ј., :" Принципи информатике", Савремена администрација, београд, 1996 год.
4. Стојаноски,З. : "Квантитативни методи", Прилеп, 1990 год.
5. Стојаноски,З. : "Квантитативни методи II", Прилеп, 1992 год.
6. Стојаноски,З. : "Математички методи во економија", Прилеп, 1994 год
7. Сојаноски,З. "Статистика за бизнис" Е.У.Р.М .2009 Скопје
8. Сојаноски,З. "Веројатост и статистика" Е.У.Р.М .2009 Скопје

654 : 005] : 339.13.012.421

Jordan VRTANOSKI[1],
Prof. **Toni STOJANOVSKI**, Phd[2]

ORDER HANDLING IN CONVERGENT ENVIRONMENTS

Abstract

The rapid development of IT&T technology had big impact on the traditional telecommunications market, transforming it from monopolistic market to highly competitive high-tech market where new services are required to be created frequently. This paper aims to describe a design approach that puts order management process in function of rapid service creation. In the text we will present a framework for collaborative order handling supporting convergent services. The design splits the order handling processes in convergent environments in three business process groups: order capture, order management and order fulfillment. The paper establishes abstract framework for order handling and provides design guidelines for transaction handling implementation based on the checkpoint and inverse command strategy. Conclusions in this paper are based on examples from telecommunication environments. The proposed design approach is applicable to solving problems of collaboration in function of order processing in heterogeneous environments.

Keywords: *Order Management, OMS, Order Fulfillment, Service model, E-Commerce*

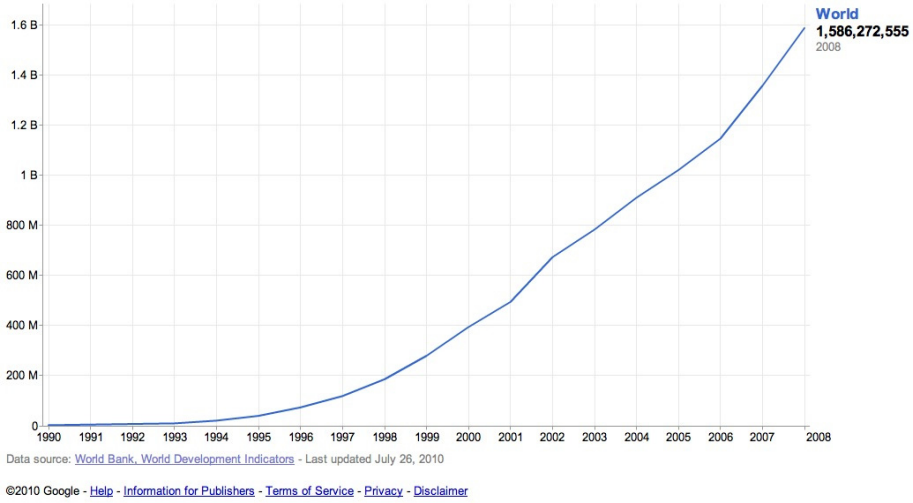
I. INTRODUCTION

Rapid development in the field of IT&T had transformed the traditional monopolistic telecommunications market to highly competitive environment. At the end of the 20th century, in the 80's and beginning of the 90's, installation of a new telecommunications service was measured in months or weeks. The process of new customer acquisition was at the bottom of the priority list. The main income of the telecom operator at the end of 20th century was the voice traffic. The digital communication was present mainly in the domain of big enterprises.

The beginning of the 21st century brought the expansion of the Internet. The digital communication was no longer in the domain of the enterprises only, but became available and affordable for the population. The number of Internet users increased from 2,6 millions in 1990, to 1,5 billion in 2008 as shown on Figure 1.

[1]Ericsson AB, 14th Floor, Galleries No.2, Downtown Jebel Ali, Dubai, UAE.
jordan.vrtanoski@ericsson.com
[2] Faculty of Informatics, European University, Republic of Macedonia,
toni.stojanovski@eurm.edu.mk

Figure. 1. Statistical data for number of internet users from 1990 to 2008



Source, ©2010 Google

Increased amount of Internet users allowed for development of alternative telecommunication services like voice over IP, video chat, web hosting, etc. For the first time there was viable alternative to the telephony (analog voice) as a service. Soon enough it was obvious that the data services / data traffic is the future of the telecommunications industry (Noll A. 1999, 121).

Adding to this, the deregulation of the telecom operators that began in mid 90's brought the competition in the telecommunication market. The awareness of the operator for the necessity of the attitude change (Rockstrom at el 1998, 36) 12was evermore present.

First decade of the 21st century brought new shift to the paradigm of the post *dotcom* operators. Average customer had 4-5 services, each one of them sold, billed and supported separately. This caused increased operational cost on the operator side, as well as decreased customer satisfaction by the fact that the customer had different interaction (depending on the service) with the same operator. The paradigm of convergent services was a necessity in order to address the issues (Lui et al 2005), (Iandolo 2005) and (Jun et al 2007, 88).

As all other IT&T systems at the operators suffered changes in order to become compliant with the service convergence, also the selling, provisioning and billing support systems were affected.

The convergence of the services requires customer experience to be consistent (as much as the technical nature of the service allows) across all services that the customer can obtain from the operator. In this work we describe a design approach that puts order management process in function of rapid service creation, and present a framework for collaborative order handling supporting convergent services.

Here is the overview of the paper. In Section I of this paper we provide overview of the evolution of convergent environment. Section II aims to define the problem of order handling in the convergent environments and to lay down basic requirements for the design. Section III describes the proposed design approach. Section IV gives high-level overview of interaction between the components of the proposed design model. Section V gives the concluding remarks and directions for future work.

II. ORDER HANDLING PROBLEM

Order handling represents a group of processes that sits between the customer who generates the demand on the top, and the service providers at the bottom, which are serving the demand. The service provider, in this case, represents a service platform that belongs to the operator or to a third party.

At the top, the customer can interact with the operator to express his will to purchase/subscribe to a given service provided by the operator. The interaction between the customer and the operator can be performed via multiple distribution channels (point of sale, IVR, WEB, CSR). Regardless of the distribution channel chosen by the customer to purchase the service; the customer's experience should remain unchanged.

Columbus (Columbus 2005, 32) in his study identified that often companies have different order capture and management system for different distribution channels, and that this situation directly translates in confusion of the demand. Columbus concludes that successful companies have implemented multichannel order handling system (and processes).

Support for the convergent services brings multiple service platforms in the picture. Though the services offered by the convergent operator have the same look and fill, the services are supported by different service platforms, often belonging to entities outside the operator itself. This adds complexity to the design of the order management systems in order to support the convergent service delivery in the standard Operations Support Systems/Business Support Systems (OSS/BSS) landscape (Wilmes at al 2007, 351).

Successful order handling would require implementation of automation mechanisms that:

- Will support multiple distribution channels with different technical/commercial demands;
- Will have high reusability of the automated business tasks;
- Will support multiple service platforms;
- Will support human to human (H2H), human to system (H2S) and system to system (S2S) interaction;
- Will support orders containing products/services that will be fulfilled at

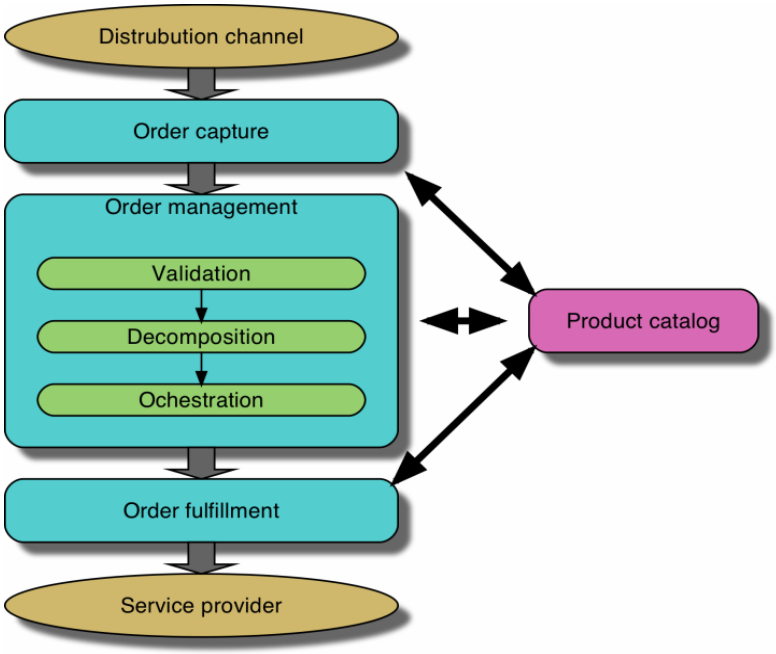
different service platforms (convergent services);

- Will allow seamless introduction of new distribution channels and/or service platforms and
- Will allow seamless replacement of the service platforms and seamless cease of the distribution cannel.

III. DESIGN APPROACH

In order to facilitate multi-channel support by the order handling system, the order handling processes should be split in three main groups: order capture processes; order management processes and order fulfillment processes. Consequently, the order handling system should consist of three main modules: order capture module; order management module and order fulfillment module. The process groups are shown on Figure 2.

Figure. 2. Order handling processes



By decoupling the order capture from the order management, the system will have flexibility to support variety of distribution channels without necessity of adopting internal logic to cope with the technology of the distribution channel. Introducing, modifying or ceasing a distribution channel will have no impact on the management and fulfillment of the orders.

Additionally, by decoupling the order management from order fulfillment, the system gains further flexibility. The order handling system will be able to involve multiple service platforms regardless of the technology of the platform, location

and governance. The order fulfillment module will be responsible to adopt the order management messages to the service platform's requirements.

A. Order capture

Order capture processes are responsible for interaction with the customer through the distribution channel. The processes capture customer's request for services/goods that the operator provides.

The order capture module should provide standard framework for the interface that will accept the order from the user. The interface will depend from the channels nature. By example, the IVR interface will be in a form of voice menus; the Web interface will be in a form of HTML pages; etc.

The user of the module can be the customer (cases with IVR, web, etc.) or customer representative (call center, point of sale, etc.).

The module should be built following the MVC pattern (Crawford 2003, 38). The model and the controller will be re-usable components of the order capture framework, while the view will depend on the technology that represents the distribution channel.

The approach described here is same regardless if the distribution channel is in control of the operator (POS, IVR, etc.) or in control of a business partners (sales dealer, service enabler, etc.).

B. Order management

Order management processes are responsible for validation of the order; splitting and distributing the order toward service platforms; proper sequencing of the service platform invocation and collaboration.

The order management module should provide mechanisms for order validation; order decomposition and order orchestration.

Order validation submodule should provide library of business and technical rules that can be used to determine that an order is valid and should be accepted for further processing. For example, a business rule can be the customer's credit limit or the customer's contractual terms; a technical rule can be service availability in the customer's premises or customer-premises-equipment (CPE) capabilities.

Order decomposition submodule will provide mechanism to generate multiple sub-orders based on the product definition or based on the fulfillment destination. By example, a given product that is requested by the customer can trigger fulfillment in two service platforms and in the billing platform. Each of the service platforms needs only one part of the product information.

Order orchestration submodule will provide mechanisms to coordinate the order fulfillment by resolving the inter-dependences between sub-orders and by coordination of the subsequent fulfillment processes. For example, a set of given services composing a product will be fulfilled (provisioned) on the respective service platforms, only after successful fulfillment on all platforms, the product

will be provisioned on the customer's financial account in the billing system.

C. Order fulfillment

Order fulfillment processes are responsible for interaction with the service platforms and users in function of providing the service/goods to the end user.

The order fulfillment module represents abstraction layer for the legacy systems (service platforms and business support systems).

The module is based on a workflow engine as suggested by (Ouyang et al. 2009) and (Lin at al. 2005) in their work. Service platforms that will interact in the fulfillment process are represented ad business services using resource adapter pattern.

In some cases, the service platform invoked in the order fulfillment belongs to a business partner. The business partner that provides the services to the operator becomes member of the operator's supply chain. Facilitating order fulfillment in the supply chain requires B2B communication. Most often case is by utilizing B2B gateways (Goodchild et al. 2000).

D. Transaction handling

Transaction in the case of order handling is distributed across multiple systems (service platforms). Diversity of the platforms adds to the complexity of the transaction handling. Additionally, the order fulfillment processes can be semi automated, in which case we speak about long-lived orders. Fulfillment of the order in majority of the cases will require results of the previous fulfillment steps to be committed and changes to be visible in the service platforms.

The order management module, more accurate the order orchestration submodule, and the order fulfillment module should provide mechanisms for transaction handling.

The transaction handling mechanism should be based on non-linear undo buffer. The non-linear undo buffer can be achieved either by implementing command pattern to achieve inverse command strategy or by implementing memento pattern to achieve checkpoint strategy (Archer et al. 1984).

Due to the complexity of the order handling, our suggestion is order handling to provide implementation for both patterns and flexible mechanism for selection which undo approach to be taken per given business scenario (given use case).

E. Product catalog

All three main components of the order handling process are dependant of the electronic product catalog (Lohse at al 1998, 88) in order to facilitate better communication.

As discussed, the convergent order handling enables the customer to purchase products and services from multiple service platforms trough a given distribution channel.

The information about the products offered trough a distribution channel should

be unified. Lohse and Schmid are suggesting implementation of Mediated Electronic Product Catalog (MEPC) (Lincke at al 1998, 86).

MEPC should provide high-level view (customer's view) of the products. During the order management and fulfillment, the product will be decomposed on multiple products and services offered by the individual service platforms.

IV. INTERACTION BETWEEN COMPONENTS

The interaction between the modules (as shown on Figure 3) should be based on standardized protocols. We suggest JMS messages with XML payload because of the ability to implement asynchronous and synchronous calls within the same interface. In the further text we will present the collaboration patterns based on the JMS interfaces.

The order capture module should prepare the XML message of the order and should submit the message to the JMS queue of order manager component.

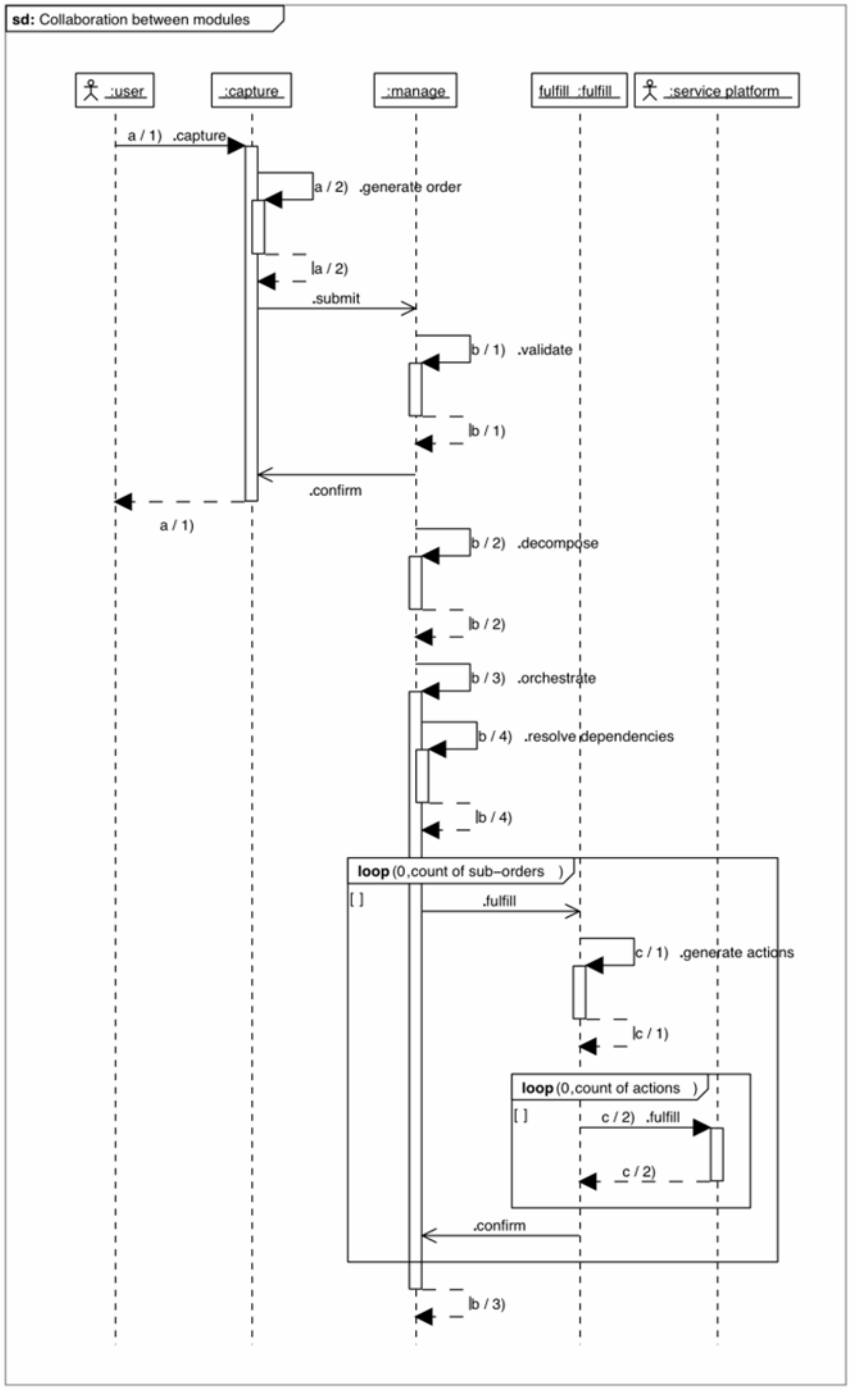
The order manager will pick up the message and will validate its content based on the pre-configured validation rules. If the XML message is a valid order, then the order will be decomposed into sub-orders.

Orchestration sub-module will traverse through the collection of the sub-orders and will resolve the dependencies. Once the cross dependencies are resolved, the orchestration sub-module picks up a sub-order from the sorted set and submits it to the fulfillment module.

Fulfillment module translates the sub-order into list of actions that will be executed on the legacy system. Possible case is that some of the actions to be performed require user intervention. Such is a case in which the CPE should be installed or replaced. This will require field technician to visit customer premises before the fulfillment can continue. For simplicity the actors are also abstracted as a legacy system executing manual actions.

Once the list of actions is successfully applied on the legacy system, the orchestration stores the result and appends the remaining sub-orders with the data returned by the previous fulfillment, by example, the MAC address of the CPE installed in the customer premises is required by the voice platform.

Figure. 3. Interaction between components



Conclusion

In this paper, we have presented design approach in facilitating automation of order handling process. The design allows for greater level of flexibility in order handling across multiple distribution channels and multiple service platforms. Design allows distribution channels and service platforms to be placed outside the operator's infrastructure.

The problem of order handling in convergent environments was successfully addressed by decoupling of order capture from order management; and order management from order fulfillment. This split allowed introduction of standardized interfaces between the three components.

Although the presented design approach is suggested for implementation in telecommunication enterprise, the same design approach can be implemented in any other enterprise having heterogeneous distribution network and/or heterogeneous fulfillment process.

The NGOSS models proposed by TM Forum group are becoming more popular between enterprise architects in telecommunication. Lately, the standards proposed in the scope of NGSS became paramount requirements for IT components in the telecommunication environments.

The model presented in this paper aims to be aligned with eTOM process map and TAM.

Future work should be done to propose data models for each of the proposed modules (Capture, Management and Fulfillment). The data models should be aligned with SID data model proposed by TM Forum group. Upon definition of the data model, interfaces between the components should be standardized.

Order handling processes depend on the information stored in the inventory platforms, such as service inventory, network inventory, etc. Future work should be done do define this interaction as a set of standardized interfaces.

References

1. Archer et al. User Recovery and Reversal in Interactive Systems. Transactions on Programming Languages and Systems (TOPLAS (1984) vol. 6 (1)
2. Columbus. The goal of synchronised demand [global manufacturing growth]. Manufacturing Engineer (2005) vol. 84 (4) pp. 32 - 35
3. Crawford and Kaplan. J2EE Design Patterns. O'reilly Media (2003). ISBN 0-596-00427-3

4. Goodchild et al. Business contracts for B2B. Proceedings of the CAISE00 Workshop on Infrastructure for Dynamic Business-to-Business Service Outsourcing, Stockholm, Sweden (2000)

5. Iandolo. Convergence of wireless services. Wireless and Optical Communications, 2005. 14th Annual WOCC 2005. International Conference on (2005)

6. Jun et al. An IMS-based service platform for the next-generation wireless networks. Communications Magazine, IEEE (2006) vol. 44 (9) pp. 88 - 95

7. Lin and Chang. The development and evaluation of exception handling mechanisms for order fulfillment process based on BPEL4WS. ICEC '05: Proceedings of the 7th international conference on Electronic commerce (2005)

8. Lincke and Schmid. Mediating electronic product catalogs. Communications of the ACM (1998) vol. 41 (7) pp. 86-88

9. Liu Z. et al. Towards a Parlay-grid communication model for NGN service convergence. Global Telecommunications Conference, 2005. GLOBECOM '05. IEEE (2005) vol. 1

10. Lohse and Spiller. Electronic shopping. Communications of the ACM (1998) vol. 41 (7), pp. 81-88

11. Noll A. Technical opinion: does data traffic exceed voice traffic?. Communications of the ACM (1999) vol. 42 (6) pp. 121-123

12. Ouyang et al. From business process models to process-oriented software systems. Transactions on Software Engineering and Methodology (TOSEM (2009) vol. 19 (1)

13. Rockstrom and Zdebel. A network strategy for survival. Communications Magazine, IEEE (1998) vol. 36 (1) pp. 36 – 40.

14. Wilmes and Sankar. Standards-Based OSS for Accelerating Converged Services Delivery. Business Models and Drivers for Next-Generation IMS Services (2007) pp. 351

004.77 : 621.39

Доц. д-р **Сашо ГЕЛЕВ, Александар СОКОЛОВСКИ**

МЕХАНИЗМИ ЗА ТРАНЗИЦИЈА ОД IPv4 во IPv6

Апстракт

Без сомнение информатичките технологии станаа значаен дел од нашиот живот. Инженерските иновации значително ги подобруваат мрежните технологии и ги следат во чекор со брза адаптација на компјутерските комуникации. Од друга страна, трендот за конвергирање на сите комуникации, податоци, видео и звук, во еден единствен мрежен протокол доведува до лимитирање на ресурсите за понатамошно посвојување од страна на компјутерско комуникациските базирани сервиси.

Адресниот простор на IPv4 не може да постигне да ја услужи се поголемата побарувачка од глобално достапни IP уреди. Со трошењето на IPv4 адресниот простор и со приватниот адресен простор кој се докажува дека е неадекватен за денешните мрежи, се бара еволуирање на Интернет Протоколот во IPv6 (Интернет Протокол верзија 6).

Клучот за успешна IPv6 транзиција е компатибилноста со распространета употреба на IPv4 хостовите и рутерите. Одржувањето на компатибилноста со IPv4 паралелно со имплементирање на IPv6 ќе ја олесни задачата за транзиционирање во IPv6. Во овој труд ке бидатат наведени множество од механизми кои IPv6 хостовите може да ги имплементираат за да бидат компатибилни со IPv4 хостови и рутери.

Клучни зборови: *IPv4, IPv6, Двоен IP Слој Dual IP Layer Dual Stack), Конфигурирано тунелирање, Автоматско тунелирање на IPv6 преку IPv4.*

1. Вовед

Интернет протоколот е неконекциски ориентиран, што значи дека патеката т.е. рутата од изворот до дестинацијата не треба да се воспостави пред пакетите (со податоците) да влезат во мрежата. Можно е секој пакет да си има своја различна независна рута од рутата на претходниот пакет кој има иста изворна и дестинациска IP адреса. IP не гарантира дека пакетите ќе пристигнат во оригиналната секвенца ниту пак дека воопшто ќе пристигнат до нивната дестинација.

Засега постојат две верзии на IP протоколот, и тоа: IP version 4 (IPv4), која е опишана во RFC 791, и IP version 6 (IPv6), опишана во RFC 1883-1887. Описот на IP ги содржи следниве многу значајни елементи:

- IP ги дефинира основните податочни единици кои можат да се испратат преку Интернет т.е. IP дефинира формат на податочни единици (датаграми) кои се испраќаат;
- IP софтверот ги извршува рутирачките функции врз основа на IP адресите;
- Фрагментација и составување на датаграмите со цел да се обезбеди пренос на податоци со различни должини;
- IP содржи множество правила за тоа како хостовите (крајните корисници) и рутерите да се справат со добиените датаграми, како и кога да се генерираат пораки за грешка и за тоа кога може датаграмите да се отстранат од мрежата.

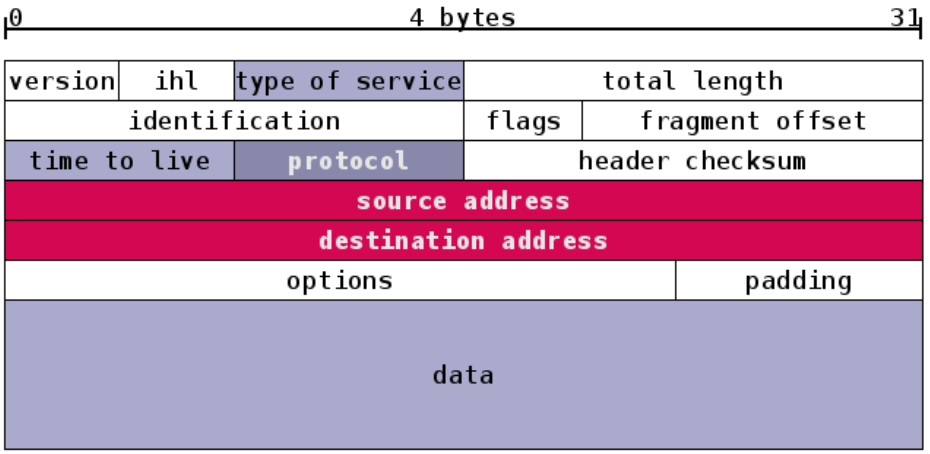
Интернет Протоколот (IP) е податочно ориентиран протокол кој се користи за пренос на податоци низ поврзани мрежи со користење на технологијата на комутација на пакети. IP е протокол на мрежно ниво во пакетот на интернет протоколи кој е енкапсулиран во протоколите на податочно ниво (како што е на пример Етернет). Како протокол на пониско ниво, IP обезбедува сервиси за комуникација помеѓу комјутерите со користење на единствени адреси.

1.1 Интернет протокол верзија 4 (IPv4)

Интернет протокол верзија 4 е четврта генерација на Интернет Протоколот (IP) и прва верзија на овој протокол која е пошироко прифатена и имплементирана.

Целта на IP е да обезбеди систем на адресирање на компјутерите во мрежата со доделување на единствен идентификациски број. IP датаграмот се состои од заглавие и информационо поле. Заглавието кај IPv4 е составено од фиксен дел со должина 20 бајти и опционен дел со променлива должина. Секој бајт од ваквата структура се праќа во мрежата во редослед од MSB (Most significant bit) кон LSB (Least significant bit) бит, па по тој редослед и се прима во дестинационата машина.

На следната слика е прикажано заглавјето на IP пакетот.



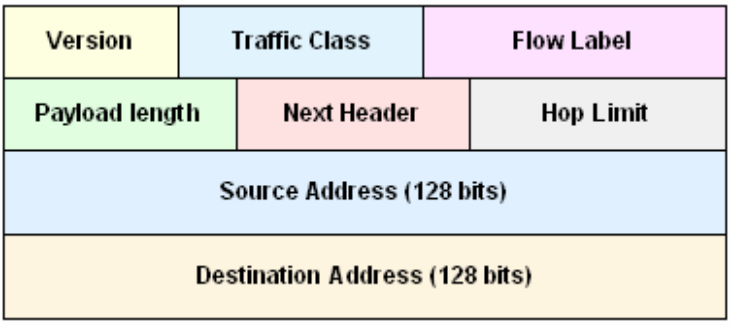
Слика 1. Заглавје на IP пакетот

1.2 Интернет протокол верзија 6 (IPv6)

Интернет Протокол верзија 6 (IPv6) е протокол на мрежно ниво (англиски network layer протокол) за пакет-комутирани вмрежувања. Дизајниран е како наследник на IPv4 - тековната верзија на Интернет Протокол за општа намена.

Главно подобрување кое го дава IPv6 (Интернет Протокол верзија 6) е зголемувањето на бројот на адреси на располање за вмрежените уреди. Тоа овозможува, на пример, секој мобилен телефон или било кој мобилен електронски уред да има сопствена адреса. IPv4 подржува 2^{32} (околу 4,3 милијарди) адреси, кои не се доволни согласно нараснатите потреби. IPv6 подржува 2^{128} адреси; тоа е околу $3{,}4\times10^{38}$ адреси или по околу 5×10^{28} адреси за секого од околу 6,5 милијарди денешни жители на земјата. На овој начин ќе се надмине проблемот со недостаток на јавни IP адреси и најверојатно нема да има потреба од NAT (network address translation).

IPv6 не е директно компатибилен со IPv4. Адресната шема на IPv6 е нова и е базирана да им служи на демографски и модерни мрежи. Адресниот простор на IPv6 е долг 128 бити со кој е овозможено постоење на огромен број адреси во споредба со 32 бити за адреси кај IPv4. Но, IPv6 не е развиена со цел да го разреши само проблемот со адресите, бидејќи истиот може да биде решен со користење на јавни и приватни IP адреси.



Слика 2. IPv6 хедер

2. Механизмите на транзиција

Механизмите се дизајнирани за да бидат употребени во IPv6 уреди кои треба да бидат назад-компатибилни со IPv4 уреди и да можат да употребуваат IPv4 рутирачки инфраструктури, но IPv6 може да се имплементира и во околина каде што IPv4 може да не се употребува.

Овие механизми вклучуваат:

- Двоен IP Слој (Dual IP Layer, Dual Stack): Техника за провајдирање на комплетна подршка за двата Интернет Протоколи - IPv4 и IPv6 – во хостови и рутери,
- Конфигурирано тунелурање за IPv6 преку IPv4: Точка до точка тунели направени со енкапсулирање на IPv6 преку IPv4 пакети во IPv4 хедери за да ги пренесуваат преку IPv4 рутирачки инфраструктури,
- IPv4-компатибилни IPv6 адреси: IPv6 адресен формат кој вклучува вградени IPv4 адреси,
- Автоматско тунелирање на IPv6 преку IPv4: механизам за употребување на IPv4-компатибилни адреси за автоматско тунелирање на IPv6 пакети преку IPv4 мрежи.

2.1. Двоен IP Слој (Dual IP Layer)

Наједноставниот начин за IPv6 уредите да останат компатибилни со IPv4 е да се провајдира комплетна IPv4 имплементација во нив. IPv6 уредите кои имплементираат целосна подршка за IPv4 ќе ги наречеме "IPv6/IPv4 уреди". IPv6/IPv4 уредите ја имаат сопособноста да праќаат и да примаат IPv6 и IPv4 пакети. Тие директно можат да соработуваат со IPv4 уреди користејќи IPv4 пакети и исто така да соработуваат со IPv6 уреди користејќи IPv6 пакети.

Иако еден уред може да биде опремен со подршка за двата протоколи една или друга подршка може да биде исклучена од операциски причини, т.е. IPv6/IPv4 уредите може да работат на некои од следниве 3 опции:

- Со нивната IPv4 подршка вклучена, додека IPv6 е исклучена.
- Со нивната IPv6 подршка вклучена, додека IPv4 е исклучена.
- Со двете поддршки вклучени.

2.2. Конфигурирање на адреси (во Dual IP layer)

Со тоа што IPv6/IPv4 уредите ги подржуваат двата протокола, IPv6/IPv4 уредите може да бидат конфигурирани со IPv6 и IPv4 адреси. IPv6/IPv4 уреди употребуваат IPv4 механизми (пример: DHCP) да добијат IPv4 адреси и IPv6 протоколи/механизми (пример: stateless address autoconfiguration) за да земат IPv6 адреси. Подоцна ќе објасниме како работи механизмот со кои IPv6/IPv4 уредите кои подржуваат автоматско тунелирање може да користат IPv4 протоколи/механизми да добијат IPv4 – компатибилна IPv6 адреса.

2.3. DNS

Domain Naming System (DNS) е употребуван во IPv4 и IPv6 за да се мапираат имињата на хостовите и IP адресите. Нов ресурс именуван "A6" е дефиниран за IPv6 адреси [1] кој го подржува претходникот "AAAA". Откако IPv6/IPv4 уредите мора да се способни да соработуваат директно со IPv4 и IPv6 уреди, тие мораат да провајдираат "resolver libraries" кои се способни со делење на IPv4 "A", "A6" и "AAAA" записи. DNS "resolver libraries" на IPv6/IPv4 уредите мора да се способни за управување со A6/AAAA и "A" записи. Но, кога има побарување кое лоцира A6/AAAA запис кој содржи IPv6 адреса, и

А запис кој содржи IPv4 адреса тогаш резолверот може да филтрира со цел резултатите кои се вратени на апликацијата да можат да влијаат на верзијата на IP пакети кои се користени за комуникација со тој уред, т.е. резолверот може да филтрира со следниве 3 алтернативи:

- Враќај само IPv6 адреса на апликацијата,
- Враќај само IPv4 адреса на апликацијата,
- Враќај ги двата типа на адреси.

Ако ги враќа само IPv6 адресите, тогаш апликацијата ќе комуницира со уредот користејќи IPv6. Ако ги враќа само IPv4 адресите, тогаш апликацијата ќе комуницира со уредот користејќи IPv6, ако ги враќа двете тогаш ќе има избор кој протокол да го користи, т.е. која адреса да ја користи.

Ако ги враќа двете тогаш резолверот може да одбере ред со кој ќе се избираат адресите, како на пример IPv6 или IPv4 прво.

Одлуката за филтрирањето или редот на DNS резултатите е специфична за имплементирањето. IPv6/IPv4 уредите може да дозволат полиса за конфигурацијата и контрола на филтрирањето, или редот на адреси кои се вратени од DNS резолверот, или да ја остават одлуката во рацете на апликацијата.

Имплементацијата мора да дозволи апликацијата да контролира или не како ќе се филтрираат резултатите.

3. Тунелирачки механизми

Додека IPv6 инфраструктурата е во развивање, веќепостоечката IPv4 инфраструктура може да остане функционална, и може да се искористи да пренесува IPv6 сообраќај. Тунелирањето претставува начин да се користи постоечката IPv4 мрежа за рутирање и пренесување на IPv6 сообраќај.

IPv6/IPv4 хостовите и рутерите може да тунелираат IPv6 датаграми преку региони со IPv4 топологија, со енкапсулирање (од IPv6 во IPv4 пакети).

Тунелирањето може да се имплементира на повеќе начини:

- **Рутер до Рутер**. IPv6/IPv4 рутери кои се меѓусебно поврзани со IPv4 мрежа можат да тунелираат IPv6 пакети помеѓу себе,
- **Хост до Рутер**. IPv6/IPv4 хостовите можат да тунелираат IPv6 пакети до IPv6/IPv4 рутер кој е достапен преку IPv4 инфраструктура,

- **Хост до Хост**. IPv6/IPv4 хостови кои се меѓусебно поврзани со IPv4 инфраструктура можат да тунелираат IPv6 пакети меѓусебно,
- **Рутер до Хост**. IPv6/IPv4 рутери можат да тунелираат IPv6 пакети до нивната финална дестинација IPv6/IPv4 хост.

Тунелирачки техники вообичаено се класифицираат според механизмот според кој енкапсулирачкиот уред ја детерминира адресата на уредот на крајот од тунелот. Во првите тунелирачки методи наведени погоре (рутер до рутер и Хост од рутер) IPv6 пакетот е тунелиран од страна на рутер. Крајната точка на ваков тунел е посредник рутер кој мора да го декапсулира IPv6 пакетот и препрати до неговата финална дестинација. Кога се тунелира до рутер, крајната точка на тунелот е различна од крајната дестинација на пакетот кој е тунелиран, т.е. адресата на IPv6 пакетот кој е тунелиран е различна од IPv4 адресата на пакетот.

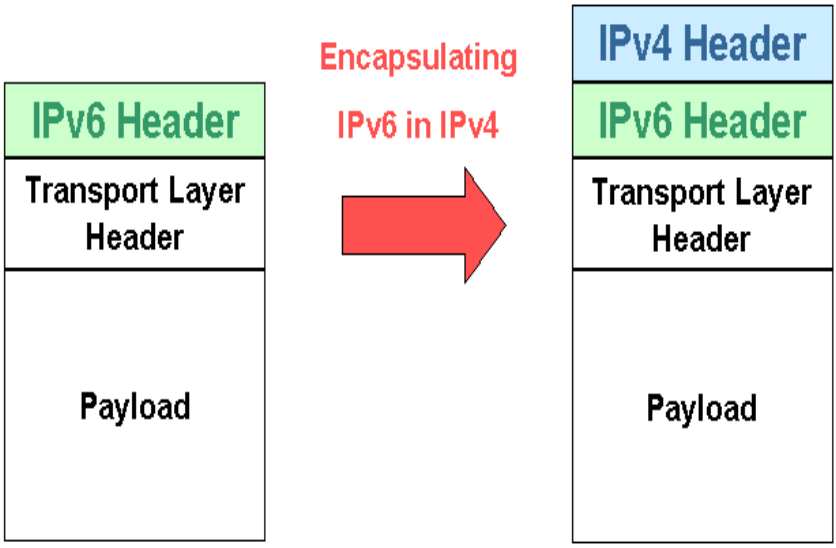
Во последните два тунелирачки методи (хост до хост и рутер до хост) IPv6 пакетот е тунелиран на целиот пат сé до неговата финална дестинација. Во овој случај, енкапсулираниот IPv6 пакет и IPv4 пакетот имаат иста дестинација. Овој факт може да биде злоупотребен со енкодирање на информации во IPv6 дестинацискатa адреса така што ќе дозволи енкапсулирачкиот уред да одреди која ке биде IPv4 дестинацискатa адреса автоматски. Автоматското тунелирање ја користи оваа техника, користејќи специјален IPv6 адресен формат со вградена IPv4 адреса кој дозволува тунелирачките уреди автоматски да ја изведат адресата на крајната цел на тунелот. Ова ја елиминира потребата за експлицитно да се конфигурира тунелот, т.е. олеснувајќи ја конфигурацијата.

Двете тунелирачки техники (автоматски и конфигурирано) се разликуваат главно во одлучувањето на крајната адреса на тунелот. Повеќето механизми се исти:

- Влезниот уред (тој кој енкапсулира) креира енкапсулирачки IPv4 хедер и го трансмитира енкапсулираниот пакет,
- Излезниот уред од тунелот (тој кој декапсулира) го прима енкапсулираниот пакет, го составува од повеќе пакети ако е потребно, го отстранува IPv4 хедерот, и го процесира IPv6 пакетот,
- Енкапсулирачкиот уред може да задржи некои информации за секој тунел како на пример MTU со цел да процесира IPv6 пакети кои треба да се препратат во тунелот. Бројот на вакви тунели кои ги употребува еден хост или рутер може да стане голем затоа тие се ставаат во кеш меморија која може да се ослободи ако не се користи.

3.1. Енкапсулација

Енкапсулацијата на IPv6 датаграмите во IPv4



Слика 3. Енкапсулација на IPv6 во IPv4

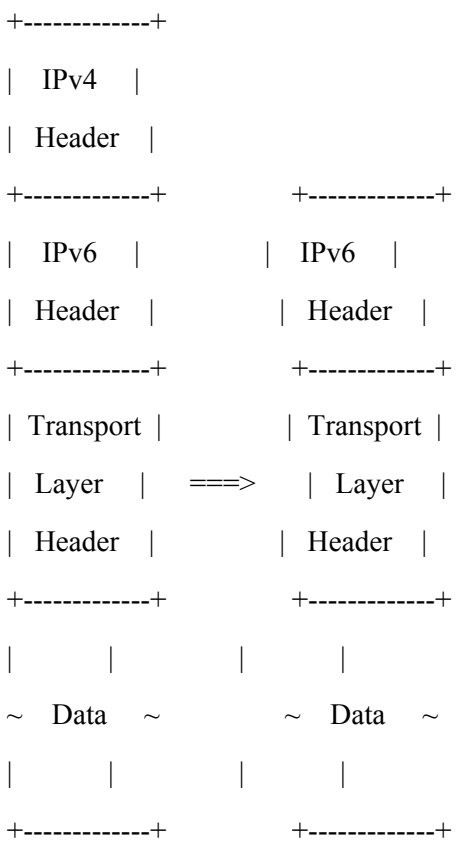
Покрај додавањето на IPv4 хедерот, енкапсулирачкиот хост/рутер исто така има неколку покомплексни проблеми:

- Да одлучи кога да го фрагментира пакетот и кога да прати ICMP "packet too big" порака назад до изворот,
- Како да рефлектира IPv4 ICMP грешки од рутери во тунелот назад до изворот како IPv6 ICMP грешки.

Декапсулација

Кога IPv6/IPv4 хост или рутер прима IPv4 датаграм кој е адресиран на една од неговите адреси и вредноста на протокол полето е 41, тој го реасемблира фрагментираниот пакет, потоа го отстранува IPv4 хедерот и го препраќа пакетот до неговата дестинација.

Декапсулирачкиот уред мора да биде способен за реасемблирање на IPv6 пакет кој е 1300 бајти (1280 бајти со IPv4 хедер).



Слика 4. Декапсулирање на IPv6 од IPv4

Кога имаме декапсулирање на пакетот, IPv6 хедерот останува не модифициран. Ако пакетот е препратен тогаш имаме декрементирање на хоп лимитот за еден.

Како дел од декапсулацијата, уредите треба да ги отфрлаат пакетите со инвалидни IPv4 изворни адреси како мултикаст адреси и броадкаст адреси (пример 0.0.0.0 и 127.0.0.1). Генерално треба да важат правилата за филтрирање во [5] и [6].

Декапсулирачкиот уред потоа извршува IPv4 реасемблирање пред декапсулирањето на IPv6 пакетот. Сите IPv6 опции се зачувани иако енкапсулираниот IPv4 пакет е фрагментиран.

Откога IPv6 пакетот е декапсулиран, тој е процесиран исто како некој примен IPv6 пакет (не тунелиран). Единствената разлика е тоа што пакетот не треба да е препратен ако тоа не е експлицитно конфигурирано да препраќа такви пакети да дадена IPv4 изворна адреса, оваа рестрикција е

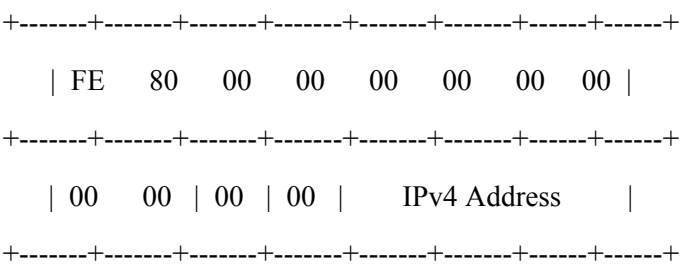
потребна за да се превентира тунелирањето да биде користено како алатка за “circumvent ingress filtering”[6].

3.2. Link-Local Адреси

Конфигурираните и автоматските тунели се IPv6 интерфејси (преку IPv4 “link layer”) и мораат да имаат link-local адреси. Link-local адресите се користени од рутирачките протоколи кои рутираат преку тунелите.

Interface Inentifier-от [7] за такви интерфејси треба да биде 32-битна IPv4 адреса на тој интерфејс, со ист ред на бајти како што се појавуваат во хедерот на IPv4 пакетот, со додадени нули на лево до 64 бита. Да забележиме дека “Universal/local” бит е нула, индицирајќи дека Interface Identifier-от не е глобално уникатен. Кога хост има една или повеќе IPv4 адреси во употреба на физичкиот интерфејс, се прави административен избор на една IPv4 адреса.

IPv6 Link-local адреса [7] за IPv4 виртуелен интерфејс е формирана со додавање на Interface Identifier-от, на префиксот FE80::/64.



Слика 5. Link-Local адреса

3.3. Nighbor Discovery преку Тунели

Автоматските и повеќенасочни конфигурирани тунели се сметаат за повеќенасочни. Со тоа единствените аспекти од Neighbor Discovery [8] и Stateless Address Autoconfiguration [9] кои се однесуваат на овие тунели е формацијата на link-local адресите.

Ако имплементацијата провајдира двонасочни конфигурирани тунели тогаш мора да прима и да одговара на “probe” пакетите користени од Neighbor Unreachability Detetion [8]. Вакви имплементации треба исто така да праќаат NUD probe пакети за да детектираат кога конфигурираниот тунел не работи, по кое време имплементацијата може да користи алтернативен пат по кој да достапи до дестинацијата. Да забележиме дека Neighbor Discovery дозволува

NUD probes да бидат изоставени во рутер до рутер врски ако рутирачкиот протокол следи двонасочна достапност.

За целите на Neighbor Discovery автоматските и конфигурираните тунели наведени во овој документ, се претпоставува дека немаат link-layer адреса, иако IPv4 link-layer-от има. Ова значи дека испраќач на Neighbor Discovery пакети:

- Не треба да вклучува опции за изворната Link-layer адреса во постоечката врска во тунелот,
- Треба без одговор да ги игнорира сите добиени SLLA или TLLA опции во врската во тунелот.

4. Конфигурирано тунелирање

Во конфигурирано тунелирање, адресата на крајот од тунелот се одредува од конфигурациските информации во енкапулирачкиот уред. За секој тунел, енкапсулирачкиот рутер/хост мора да ја зачува крајната адреса на тунелот. Кога IPv6 пакет е пратен преку тунел крајната адреса на е конфигурирана така што овој тунел е користен како дестинациска адреса за енкапсулирачкиот IPv4 хедер.

Одредувањето кои пакети треба да се тунелираат е вобичаено одредувано според рутирачките информацци во енкапсулирачкиот уред, според рутирачки табели, т.е. се насочуваат пакетите според нивната дестинациска адреса.

4.1. Стандардно конфигурирани Тунели

IPv6/IPv4 хостовите кои се поврзани за даталинкови без IPv6 рутери можат да користат конфигуриран тунел да стигнат до IPv6 рутер. Овој тунел дозволува хостот да комуницира со остатокот од IPv6 Интернетот (т.е. уреди кои основно се базирани на IPv6 адреси). Ако се знае IPv4 адреса од IPv6/IPv4 рутер кој се граничи со backbone, таа може да се користи како крајна дестинација за тунели. Овој тунел може да биде конфигуриран во рутирачка табела како IPv6 “default route”, т.е. сите пакети со IPv6 дестинациски адреси ќе можат потенцијално да поминуваат преку тунелот. Поради должината на ваква стандардна врска која е нула таа ќе биде употребувана само ако нема други врски со поголема должина кои се совпаѓаат со дестинацијата. Вака стандардно дефинираниот тунел може да биде користен заедно со автоматско тунелирање.

4.2. Стандардно конфигуриран тунел со користење на IPv4 “Anycast Address”

Крајната адреса на така конфигурираното тунел може да биде IPv4 адреса на IPv6/IPv4 рутер на границата со IPv6 backbone. Алтернативно крајната адреса може да биде IPv4 “anycast” адреса. Со овој начин, повеќе IPv6/IPv4 рутери на границата може да адвертизираат IPv4 достапност до истата IPv4 адреса. Сите од овие рутери прифаќаат пакети до таа адреса како нивни и ќе ги декапсулираат IPv6 пакетите кои се тунелирани до истата адреса. Кога IPv6/IPv4 уред праќа енкапулиран пакет до оваа адреса, пакетот ке биде прерутиран до еден до граничните рутери, но испраќачкиот уред нема да знае до кој. IPv4 рутирачкиот систем генерално ќе го пренесува сообраќајот до најблискиот рутер.

Употребувајќи стандардно конфигуриран тунел со IPv4 “anycast” адреса се провајдира робустност, бидејќи може да има повеќе гранични рутери, и со употреба на стандарди механизми за стабилност на IPv4 рутирањето, сообраќајот автоматски ќе биде пренасочен на друг рутер ако еден престане да работи.

Но, треба да се внимава додека се користи овој вид на тунелирање, како на пример да не се доведе до различни фрагменти да стигнуваат до различни рутери, ова може да биде избегнато со некористење на фрагментација т.е. MTU на пакетите да биде максимум 1300 бајти.

4.3. Ингресно Филтрирање

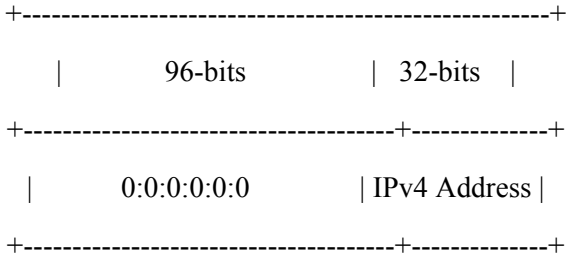
Декапсулирачкиот уред мора да верифицира дали почетната адреса на тунелот е прифатлива пред да препраќа декапсулирани пакети да избегне заобиколување на ингресно филтрирање [10]. Да забележиме дека пакетите кои се пренесени до транспортните протоколи на декапсулирачкиот уред не треба да се предмет на овие проверки. За двонасочни конфигурирани тунели ова е направено со верифицирање на изворните адреси (тие се IPv4 адреси од другата страна на тунелот). За еднонасочни конфигурирани тунели декапсулирачкиот уред мора да е конфигуриран со листа на изворни IPv4 адресни префикси кои се прифатливи.

5. Автоматско тунелирање

Во автоматското тунелирање, крајната адреса на тунелот е одредена од IPv4-компатибилната дестинациска адреса на IPv6 пакетот кој е пратен. Автоматското тунелирње дозволува IPv6/IPv4 уреди да комуницираат преку IPv4 рутирачки инфраструктури без претходно конфигурирани тунели.

5.1. IPv4-Компатибилен адресен формат

IPv6/IPv4 уредите кои извршуваат автоматско тунелирање се со предодредени IPv4 компатибилни адреси. IPv4компатибилна адреса е идентификувана според сите нули во 96-битниот префикс додека крајните 32 бита ја содржат IPv4 адресата. Тие се структуирани на следниов начин:



Слика 6. IPv4 компатибилен адресен формат

IPv4-компатибилните адреси се доделени ексклузивно на уреди кои подржуваат автоматско тунелирање.

IPv4-компатибилните адреси се глобално уникатни доколку не формираат адреса од IPv4 приватиот адресен простор [11]. Имплементацијата треба да се однесува како да нејзините IPv4-компатибилни адреси се зададени на интерфејсите на уредите за автоматско тунелирање. Исто така IPv4-компатибилните адреси не треба да бидат гледани како да се задатени на, пример, на етернет интерфејс т.е. не траба да се користат механизми кои користат Neighbor Discovery механизми како NUD [12], во етернет.

5.2. IPv4-Компатибилна автоматска конфигурација

IPv4/IPv6 компатибилен уред ја користи IPv4-компатибилната адреса како една од неговите IPv6 адреси, додека IPv4 адресата е впишана во последните 32 бита, користена на еден од неговите интерфејси.

IPv4/IPv6 уред може да ја добие својата адреса(IPv4-компатибилна) преку IPv4 конфигурациски протоколи, т.е. може да користи IPv4 конфигурациски механизам да ја добие, а потоа да ја “мапира” во IPv4-компатибилна со додавање на 96 битен префикс од нули. Алгоритмот е следниот:

1. IPv6/IPv4 уред употребува стандардни IPv4 механизми или протоколи да добие IPv4 адреса за еден од неговите интерфејси, т.е. следниве:
   - Dynamic Host Configuration Protocol (DHCP),

- Bootstrap Protocol (BOOTP),
- Reverse Address Resolution Protocol (RARP)[13],
- Мануална конфигурација.

2. Уредот ја употребува таа адреса како IPv4 адреса за тој интерфејс.
3. Уредот го додава 96 битниот префикс од 0:0:0:0:0:0 на 32 битната IPv4 адреса која ја има добиено од чекор 1. Резултатот е IPv4-компатибилна IPv6 адреса која содржи "вградена" IPv4 адреса во последните 32 бита. Уредот ја користи таа адреса како една од неговите IPv6 адреси.

5.3. Операции на автоматското тунелирање

Во автоматското тунелирање, крајната дестинација на адресата е детерминирана од пакетот кој е тунелиран. Ако IPv6 дестинацијата е IPv4 компатибилна тогаш пакетот може да се испрати со користење на автоматско тунелирање. Ако дестинацијата е IPv6 адреса тогаш пакетот не може да се испрати со автоматско тунелирање.

Рутирачки табели може да се користат да се директира автоматското тунелирање, имплементација може да има специјална статичка рутирачка табела за секој префикс 0:0:0:0:0:0:/96 (т.е рута со сите нули префикс со 96 битна маска). Пакети кои одговараат на овој префикс се праќаат на псевдо-интерфејс кој го изведува автоматското тунелирање. Бидејќи сите IPv4 компатибилни адреси ќе одговараат на овој префикс тие ќе бидат автоматски тунелирани.

Откога ќе бидат пренесени на модул за автоматско тунелирање, IPv6 пакетите ќе се енкапсулираат во IPv4 хедер. Изворните и дестинациските адреси за енкапсулираните пакети се доделуваат на следниов начин:

Дестинациска IPv4 адреса:

- Последните 32 бита од IPv6 дестинацискатa адреса

Изворна IPv4 адреса:

- IPv4 адреса од интерфејсот на пакетот од кој е пратен.

Модулот за автоматско тунелирање секогаш праќа пакети во оваа енкапсулирана форма, иако дестинацијата е прикачена на даталинк.

Модулот за автоматско тунелирање не смее да праќа до IPv4 броадкаст или мултикаст дестинации, исто така мора да ги игнорира сите IPv6 пакети кои се со дестинација до IPv4 компатибилна адреса кога таа е броадкаст,

мултикаст, неспецифицирана (0.0.0.0), или пак луп-бак (loopback 127.0.0.0) адреса.

5.4. Употреба на стандардно конфигурираните тунели

Автоматското тунелирање е често употребувано во комбнација со техниката за стандардно конфигурирање на тунели. "Изолирани" IPv6/IPv4 хостови (тие без врска со IPv6 рутери) се конфигурирани да употребуваат автоматско тунелирање и IPv4 компатибилни IPv6 адреси, и имаат најмалку еден предефиниран конфигуриран тунел до IPv6 рутер. Тој рутер е конфигуриран да извршува автоматско тунелирање исто така. Овие изолирани хостови праќаат пакети до IPv6 дестинации преку предефинираниот тунел со автоматското тунелирање и пакети за IPv6-нативни адреси преку автоматски конфигурираниот тунел. IPv4 компатибилни дестинации ќе го исполнуваат условот за 96 битниот префикс од сите нули (дискутиран претходно) додека IPv6 нативните дестинации ќе се совпаѓаат со конфигурираниот тунел. Повратни пакети од IPv6 дестинации се прерутирани назад до IPv6/IPv4 рутер кој ги пренесува нив до оригиналниот хост со автоматско тунелирање. Вакви примери може да се најдат дискутирани во [14].

5.5. Селекција на изворни адреси

Кога IPv6/IPv4 уред креира IPv6 пакет, тој мора да селектира изворна IPv6 адреса за употреба. IPv6/IPv4 уредите кои се конфигурирани да извршуваат автоматско тунелирање може да бидат конфигурирани со глобална IPv6 адреса и со IPv4 компатибилна адреса. Селекцијата за која адреса да се користи ќе се утврди од формата на враќање, т.е. од каде тој се препраќа назад. Ако е користена IPv4 компатибилната адреса повратниот сообраќај ќе биде автоматски тунелиран, но ако е употребувана IPv6 адресата тој нема да биде автоматски тунелиран. За да се направи сообраќајот да биде симетричен колку што е можно повеќе, за селекција на изворна адреса следнава референца е препорачлива:

Дестинацијата е IPv4 компатибилна:

- Употреба на IPv4 компатибилна изворната адреса која е врзана на излезниот интерфејс.

Дестинацијата е IPv6 адреса:

- Употреба на IPv6 адресата на излезниот интерфејс.

Ако IPv6/IPv4 уредот нема глобална IPv6 нативна адреса, но влезниот сообраќај доваѓа од IPv6 адреса тогаш може да се користи IPv4 компатибилната адреса како изворна.

5.6. Ингресно филтрирање

Декапсулирачкиот уред мора да верифицира дега енкапсулираните пакети се прифатливи пред да ги препраќа декапсулираните пакети за да избегне ингресно филтрирање [10]. Да ги забележиме дека пакетите кои се пренесени до транспортните протоколи на декапсулирачкиот уред не треба да бидат предмет на овие проверки. Бидејќи автоматските тунели секогаш енкапсулираат до дестинацијата и секој пакет добиен преку автоматско тунелирање не треба да биде препратен.

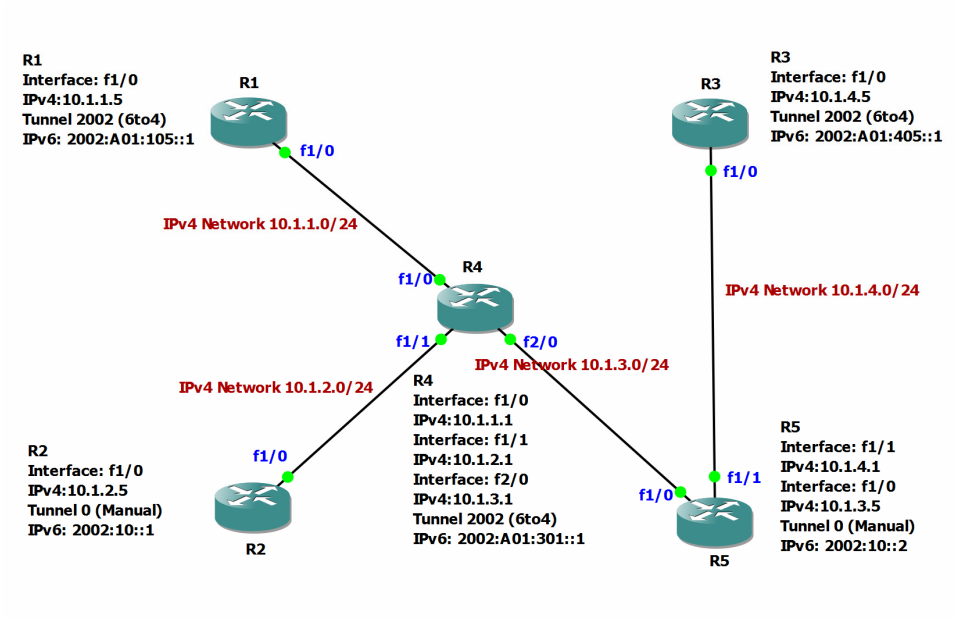
6. Експериментален дел

Како што можеме да видиме од конфигурациските фајлови имаме инплементирано два типа на тунели и тоа:

- Конфигуриран тунел помеѓу R2 и R5,
- Автоматски тунели помеѓу R1,R3 и R4

Конфигурираниот тунел (или Мануелен) тунелира IPv6 пакети преку R4 со тоа што ги енкапсулира пакетите во IPv4, тој има фиксни изворни и дестинациски интерфејси (на R2 - f1/0 е изворен, додека дестинацискиот интерфејс е на R5 - f1/0, исто така на R5 - f1/0 е извоен, додека дестинацискиот интерфејс е на R2 - f1/0). На двата интерфејси имаме Dual IP Layer со конфигурирани фиксни IPv4 и IPv6 адреси, за да го овозможиме рутирањето исто така имеме конфигурирано RIPv2 (Routing Information Protocol version 2) конфигурирано на посредникот т.е. на R4.

Со оваа имплментација имаме еден статичен тунел кој може да пренесува IPv6 пакети преку IPv4 инфраструктура, т.е. ако имавме IPv6 мрежи на двете страни од двата рутера тие ќе беа достапни помеѓу себе без да има никакви пречки во сообраќајот т.е. како да беа во нативна IPv6 околина, исто така рутерот R4 за двете мрежи ќе беше транспарентен со тоа што ќе изгледаше како да имаме еден хоп помеѓу R2 и R5.



Слика 7. Мапа на експериментот

Автоматските тунели тунелираат IPv6 пакети помеѓу R1,R3 и R4 со тоа што ја користат IPv4 инфраструктурата, тие за разлика од мануелниот тунел не е потребно да се конфигурираат со дестинациски адреси, туку се конфигурираат со префикс кој користат т.е. со 2002::/16 каде што форматот е 2002:border-router-IPv4-address::/48 (во нашиов случај користиме автоматско тунелирање 6to4, да користевме друг тип на автоматско тунелирање префиксите ке беа различни). Ова ги прави автоматските тунели да бидат многу пофлексибилни и поедноставни за поголема имплементација таму каде што е потребна исто така бараат помалку време во административното одржување.

Како што можеме да видиме и двата типа на тунели се многу практични и со различни намени но имаат негативни страни како што е користењето на поголеми ресурси таму каде што се имплементираат, нивните негативни страни се следниве:

- Поголема работна меморија во рутерите, поради користењето на Dual IP layer, т.е. треба да се чуваат рутирачките табели за двата протокола,
- Поголема процесирачка моќ на рутерите, за енкапулацијата и декапулацијата да може да се извршува покрај нормалната работа на руерот,
- Некои од тунелите исто така имаат посебни негативни ефекти.

Заклучок

Овие механизми се со намера да се употребуваат како дел од “Транзициските Алатки” – колекција од техники за имплементација, кои можат да се користат по потреба, зависно од имплементирачите и местата на кои треба да се имплементира, во зависност од специфичните и конкретни потреби. Во овој документ се наброени “главните” механизми но не се очекува да се употребуваат само овие туку и други алатки и механизми кои се достапни.

Литература

1. Crawford, M., Thomson, S., and C. Huitema. "DNS Extensions to Support IPv6 Address Allocation and Renumbering", RFC 2874, July 2000.
2. Kent, C. and J. Mogul, "Fragmentation Considered Harmful". In Proc. SIGCOMM '87 Workshop on Frontiers in Computer Communications Technology. August 1987.
3. Mogul, J. and S. Deering, "Path MTU Discovery", RFC 1191, November 1990.
4. Deering, S. and R. Hinden, "Internet Protocol, Version 6 (IPv6) Specification", RFC 2460, December 1998.
5. Baker, F., "Requirements for IP Version 4 Routers", RFC 1812, June 1995.
6. Ferguson, P. and D. Senie, "Network Ingress Filtering: Defeating Denial of Service Attacks which employ IP Source Address Spoofing", RFC 2267, January 1998.
7. Hinden, R. and S. Deering, "IP Version 6 Addressing Architecture", RFC 2373, July 1998.
8. Narten, T., Nordmark, E. and W. Simpson, "Neighbor Discovery for IP Version 6 (IPv6)", RFC 2461, December 1998.
9. Thomson, S. and T. Narten, "IPv6 Stateless Address Autoconfiguration," RFC 2462, December 1998.
10. Ferguson, P. and D. Senie, "Network Ingress Filtering: Defeating Denial of Service Attacks which employ IP Source Address Spoofing", RFC 2267, January 1998.
11. Rechter, Y., Moskowitz, B., Karrenberg, D., de Groot, G.J. and E. Lear, "Address Allocation for Private Internets", BCP 5, RFC 1918, February 1996.
12. Narten, T., Nordmark, E. and W. Simpson, "Neighbor Discovery for IP Version 6 (IPv6)", RFC 2461, December 1998.
13. Finlayson, R., Mann, T., Mogul, J. and M. Theimer, "Reverse Address Resolution Protocol", STD 38, RFC 903, June 1984.
14. Callon, R. and D. Haskin, "Routing Aspects of IPv6 Transition", RFC 2185, September 1997.

378.091.33-028.27(497.7)

Доц. д-р **Јован ПЕХЧЕВСКИ,**
Игор АЛТАНОВСКИ

ДИГИТАЛНИ СОВРЕМЕНИЦИ И НИВНОТО ВЛИЈАНИЕ ВРЗ ВИСОКООБРАЗОВНИОТ СИСТЕМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Апстракт

*Главна цел на овој труд е потврдување на постоењето на **дигиталните современици** во Република Македонија, како и согледување на нивното влијание врз самиот високообразовен систем. Ќе бидат разгледани искуствата и статистиките на другите земји со оваа популација. Истите, преку споредба со резултатите добиени од анализа на испитувањата извршени од нашето истражување, ќе бидат искористени за подобро разбирање на состојбата во која се наоѓа високообразовниот систем во Република Македонија.*

Клучни зборови: *Дигитални современици, дигитални несовременици, методи за подобрување на образовниот систем.*

1 Вовед

Образованието претставува важна област во развојот на една личност. Високото образование во Република Македонија, а и на светски рамки, се соочува со голем број на предизвици. Затоа е многу важно да се воочат проблемите на кои може да се наиде во образовниот процес. Во овој труд ќе се фокусираме на типот на студентите кои влегуваат во високообразовниот процес. Главен фокус ќе биде поставен на студентите кои запишуваат прва година од факултетските студии.

Периодот од прва година факултетски студии е одбран од повеќе причини. Дипломските студии се едни од најраспространетите степени на образование и дефинитивно цел на повеќето средношколци кои завршуваат четврта година. Првата година затоа е клучна за да се анализира каков тип студенти влегуваат во овој степен на образовниот процес.

Во Македонија до сега не е спроведено квалитетно истражување кое би го разгледало прашањето околу типот на студенти кои влегуваат во

високообразовниот процес, иако истражувања од овој тип се веќе спроведени во многу држави [2,3,4,5,6]. Следствено, ќе бидат разгледани постоечките релевантни истражувања за да се увидат искуствата и статистиките на другите земји со оваа популација на студенти. Нашето истражување ќе се обиде да дефинира дали во Македонија постојат т.н дигитални современици и како тие можат да влијаат врз образовниот процес.

Поимот *дигитални современици (digital natives)* е оформен од Mark Prenskey [8]. Тој во оваа категорија ги посочува студентите кои се родени по 1980-тата година кога дигиталната технологија станува достапна. Дигиталните современици се луѓе кои пораснале опкружени со технологија (компјутери, телевизори, играчки конзоли и сл.) и како последица на тоа се адаптирале на поинаков начин на апсорбирање на информациите во споредба со *дигиталните несовременци (digital immigrants)* кои и покрај тоа што ја познаваат технологијата, сепак сè уште во целост не ѝ веруваат. Како еден пример кој Mark Prensley го наведува е користењето на електронска пошта каде, по испраќањето на пораките, постарата генерација често се јавува за да провери дали истите се добиени, додека младата генерација е целосно адаптирана да ѝ верува.

Главна цел на нашето истражување во овој труд е да се утврди дали, и во колкав број постојат дигитални современици во Република Македонија, кое би можело да биде нивното влијание врз образовниот систем, како и кои се технологиите кои тие ги користат во секојдневието.

2 Искуства со дигиталните современици

Дигиталните современици не секогаш се совршено адаптирани на постоечкиот образовен систем. Според нашите сознанија и истражувања (кои ќе бидат разгледани во наредната секција) нивното постоење во Република Македонија е потврдено, при што од анализираните податоци може да се увиди дека студентите ја употребуваат технологијата во секојдневниот живот како за образовни така и за забавни цели.

Деградирањето на образовниот систем во Република Македонија станува сѐ повеќе очигледно[1] [2]. Дел од причините за тоа, покрај разните социо-економски фактори, би можела да биде и неподготвеноста на образовниот систем да се справи со новиот тип на студенти.

Разни студии имаат утврдено дека дигиталните современици имаат и физички разлики во развојот на нивниот мозок од дигиталните несовременици [9]. Порано се сметало дека мозочните клетки кај човекот се развиваат до третата година, но денес е утврдено дека тие се регенерираат и тоа е процес кој се одвива постојано за време на развојот на човекот.

[1] http://www.novamakedonija.com.mk/NewsDetal.asp?vest=42210954214&id=9&setIzdanie=21965
[2] http://www.a1.com.mk/vesti/default.aspx?VestID=122136

Човековиот мозок во текот на целиот живот се реорганизира и тоа е процес кој се нарекува *невропластика*. Денес е познато дека луѓето израснати во различни култури имаат различна перцепција во однос на учењето и примањето нови информации.

Утврдено е дека самиот начин на учење кај луѓето во текот на животот се адаптира, односно човековиот мозок се адаптира да прима информации преку читање, гледање телевизија или играње на видео игри. Овие процеси се многу различни едни со други во однос на времето на посветување на внимание, што природно доведува до репрограмирање на мозокот. Ова резултира во тоа дигиталните современици да размислуваат на поинаков начин, да имаат хиперлинк мозоци и да "скокаат" од едно на друго место, да имаат проблеми со внимание, пред сè, ако информациите им се презентирани еднолично (често сакаат и визуелни помагала), но затоа се добри во вршењето повеќе задачи истовремено [8,9].

За подобрување и адаптација на образовниот систем би можело многу да се направи. Пред сè, треба да се утврдат причините поради кои се јавуваат проблемите. Голем број на испитувања спроведени во Европските земји покажале дека најголем напредок на кој треба да се посвети внимание е можеби и самиот начин на кој се презентираат новите информации на студентите.

На пример, експеримент над група студенти од две генерации (120 студенти од две генерации 2008 и 2009), извршен преку Facebook пред започнувањето на учебната година, покажал дека користењето на оваа интерактивна платформа може да доведе до голем број придобивки во учењето [5]. Една од најпозитивните придобивки е социјализацијата на генерацијата која им овозможила на студентите да се запознаат и комуницираат помеѓу себе уште пред физички да стапат во контакт. Исто така, во овој случај одвоеноста на интернационалните студенти од домашните е значително намалена. Позитивен фактор претставува и овозможувањето на студентите да добијат конструктивни критики од повеќе извори. Интересно е да се напомене дека генерацијата 2009 многу полесно и почесто ја користела оваа социјална мрежа од генерацијата 2008.

Сепак, постарата генерација професори сè уште верува дека тие мора да ги учат студентите на основните концепти во случај да дојде ден кога ќе мора да се присетат на основите. И покрај тоа што тоа е корисна стратегија, сепак прашањето е: како правилно да се утврди кои концепти се основни, а кои не.

Во овој дел настанува и самиот проблем: професорите наместо да ги подучуваат студентите да ги користат ресурсите кои им се лесно достапни и со тоа да ги направат поефикасни и подостапни во иднина, всушност го прават сосема спротивното. Не им дозволуваат на студентите да се прилагодат кон новата технологија, за да кога ќе дојде време истата да ја користат во иднина, тие уште повеќе бидат уназадени [7].

Освен од страв кон недоволно развивање на способностите на студентите, одбивност кон технологијата се јавува и поради стравот дека таа може денес

да му наштети на човековиот организам. Во светот денес веќе се отвораат кампови за лечење зависници од интернет и компјутери [1], бидејќи кај децата во поразвиените земји (особено кај децата во Јапонија) се јавуваат сериозни психолошки проблеми.
Решенија за овој проблемот се веќе имплементирани во голем број европски земји каде постојат повеќе начини на стимулирање и оспособување на студентите (учениците). Прво правило кое секој професор треба да го прифати е дека секое дете не може да има на располагање иста технологија. Напротив, иако новите времиња подразбираат сè појасни разлики во достапноста на технологијата, сепак тоа не смее да биде фактор за некористење на истите.
Проблемите поради овој јаз во генерациите се големи и истите веќе се увидени во некои од универзитетите во САД [8]. Затоа, во продолжение на овој труд ќе го увидиме влијанието на дигиталните современици врз високото образование во Република Македонија, а воедно ќе ја дискутираме потребата од адаптирање на нашиот образовен систем и измените кои истиот би требало да ги претрпи за да се дојде до едно поефикасно и посовремено високо образование.

3 Влијание врз образовниот систем

Во оваа секција ќе ги разгледаме прелиминарните резултати од нашето истражување поврзано со влијанието на дигиталните современици врз високото образование во Република Македонија. Во првиот дел ќе го објасниме процесот на спроведување на анкета, ќе разгледаме во кои области нашата анкета има придонеси, за на крај,да ги увидиме основните податоци за користењето на технологијата во образованието. Потоа во вториот дел ќе разгледаме колку се користат, колку се познаваат и колку студентите сакаат да ги користат компјутерите, интернетот и мобилните телефони во високото образование.

3.1 Спроведување на анкета

Анкетата беше спроведена под покровителство на Европскиот Универзитет и во соработка со Североисточниот европски универзитет Тетово, државниот Универзитет св. Кирил и Методиј – Скопје и државниот Универзитет Гоце Делчев - Штип. Анкетата е спроведена на два начини и тоа во електронска форма и во пишана верзија (за оние делови каде што електронски не беше возможно). Самата анкета беше целосно анонимна и незадолжителна. Анкетата беше спроведена само на територијата на Република Македонија и во неа земаа учество 359 учесници, студенти од горенаведените универзитети во Македонија. Најголем број од студентите доаѓаат од

факултетите по информатички науки, поточно 64% или 228 од 359-те испитаници. Од факултетите за економски науки дојдоа 13% од анкетираните, поточно 49 од 359-те студенти.
Во график 1 е прикажан сообносот на машки и женски студенти, каде може да се увиди дека 69% (или вкупно 248) анкетираните се машки споредено со 31% (109) кои се женски. Половина од студентите доаѓаат од главниот град на Република Македонија - Скопје додека другата половина доаѓа од другите градови во државата.

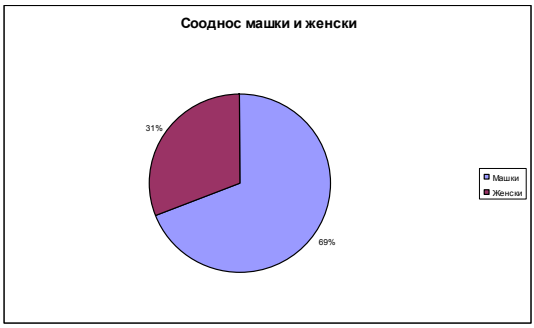


График 1. Сооднос на анкетирани машки и женски студенти

Најголем број од испитаниците се родени во 1990 година (над 30%), во 1989 година родени се 18%, додека во 1988 година 15%. Дострелот на години кај анкетираните студенти се движи од 1961 до 1992 година.
Во Табела 1 може да се погледне бројот на студенти кои ја пополниле нашата анкета по година на студирање.

Година	Број на студенти	Процент
Нема наведено	1	0,28%
1	129	35,93%
2	79	22,01%
3	80	22,28%
4	46	12,81%
5	24	6,69%
Вкупно	359	100%

Табела 1. Студенти по година на студирање

Вкупно, 76% од студентите кои се запишани во прва година се родени во 1990-та.

3.2 Анализа на резултати од испитувањето

Во вториот дел од нашата анкета на студентите им беа поставени прашања за нивниот пристап од одредени и претходно селектирани технологии.

Некои од генералните заклучоци кои ги изведовме од овие податоци се:

- Пристап до декстоп компјутери имаат 98% од студентите.
- Пристап до преносни (лаптоп) компјутери имаат 93% од студентите, и голем дел од нив (49%) имаат ексклузивен пристап до лаптоп компјутерите.
- Бројот на студенти кои немаат никаков пристап до преносен или декстоп компјутер е 1%, додека бројот на студенти кои имаат пристап до двата е 52% (од нив, неограничен и ексклузивен пристап имаат 36% од студентите).
- Пристапот до PDA компјутерите не е длабоко навлезен во нашето образование со тоа што само 18% од студентите имаат ексклузивен пристап до нив.
- Вкупно 89% од студентите имаат пристап до некаква надворешна меморија (тврд диск, USB итн).
- Вкупно 91% од студентите имаат пристап до широкопојасна (broadband) интернет конекција, додека 83% од студентите имаат пристап до безжичен интернет.
- Помалку од 10% од студентите немаат пристап до интернет конекција.
- Мобилните телефони се речиси универзално прифатени во студентското тело со фактот дека 96% од студентите поседуваат сопствен мобилен телефон, додека само 4% го делат својот телефон со други.
- Поголемиот дел од студентите имаат пристап до печатачи (80%), додека до скенери имаат пристап само 63% од испитаниците. Интересно е дека 18% од студентите немаат пристап до ниту една од двете технологии.

Користење на компјутери и компјутерски технологии

Во испитувањата кои ги спроведовме за употреба на компјутерите во образованието, нивното (субјективно) познавање и желбата за нивно користење во образованието дојдовме до следниве позначајни заклучоци.

- Само 1% од студентите не користат апликации за едитирање на текст, создавање на презентации или апликации за табеларни пресметки, додека 79% од студентите едитираат текст редовно секоја недела, што е многу почесто од едитирањето на фотографии (50%). Креирањето на презентации изнесува 43% неделно што е многу поретко од манипулацијата со фотографии, но сепак студентите кои не ја користат оваа технологија се само 4% споредени со 13% за манипулација со дигитални фотографии.

- Вкупно 96% од студентите знаат како да создадат PowerPoint презентација, со тоа што 70% од нив сметаат дека ова може да го направат совршено.
- Вкупно 29% од студентите користат компјутер без да пристапат до интернет за да учат секој ден, додека 21% не ги користат воопшто за таа намена. Интересно е тоа што 7% од студентите не знаат како вистински да го користат компјутерот за учење.
- Вкупно 19% од студентите играат видео игри секој ден, додека 53% од нив се подготвени да ја користат оваа технологија во образовни цели. Релативно висок процент (24%) од студентите се против воведувањето на методот на играње видео-игри како образовен метод.
- Женските студенти е поверојатно да играат видео-игри од машките студенти со разлика од 4%, но сепак женските многу поретко играат видео-игри на дневна база (4%) споредено со машките студенти (14%).
- Машките студенти се повеќе против користењето на видео-игрите во образовни цели отколку женските студенти (16% споредено со 5%).
- Создавањето на веб-страни е најретката примена на компјутерите од сите наведени примени во нашата анкета. Само 68% од студентите во некој период користеле или тековно ги користат технологиите за развој на веб-страни. Сепак мора да се напомене дека само 8% од студентите кои студираат на факултетите по информатика (или сродни факултети) не ја користат оваа технологија.

Генерално гледано, повеќето студенти се подготвени да ги прифатат новите технологии во образованието во кои поголем отпор се јавува само кај користењето на видео-игри во образовни цели со 24% од студентите кои се противат на тоа споредено со другите технологии како едитирање на текст,

создавање на презентации, учење и едитирање на музика каде отпорот е помал (3%). Најголема желба за користење на компјутерите е во учењето со дури 88% прифатеност.

Користење на интернет и интернет технологиите

Некои поважни заклучоци кои ги изведовме за користењето, познавањето и желбата за користење на интернет технологиите во образованието се како што следува:

- Вкупно 55% од студентите ги користат нивните кориснички сметки на системите за далечинско учење за да проверуваат нови информации секој ден. Машките студенти почесто ги проверуваат нивните сметки,за разлика од женските студенти (37% споредено со 19% на дневна база).
- Само 1% од студентите не користат интернет за да им помогне во процесот за учење. Од преостанатите студенти, 46% го користат интернет за учење неколку пати дневно.
- Само 2% од студентите не користат интернет за да читаат вести или други генерални информации, додека 78% од студентите го прават тоа еднаш или повеќе пати во текот на денот.
- Мрежните игри не се премногу присутни во студентското тело со само 22% од студентите кои играат игри секој ден, а 37% од студентите воопшто не играат мрежни игри. Машките почесто играат мрежни игри од женските.
- Само 13% од студентите не читаат форуми, додека 33% не пишуваат по форуми (од друга страна, само 18% од студентите редовно пишуваат по форуми).
- Читањето блогови е поретко од читањето форуми, со 20% од студентите кои редовно читаат блогови и 19% кои воопшто не читаат блогови.
- Вкупно 15% од студентите поседуваат сопствени блогови и редовно ги ажурираат (дневно).
- Вкупно 30% од студентите не користат алатки за веб-конференции. Од друга страна, 6% од студентите се против да се користи оваа алатка во образованието додека 20% немаат мислење по ова прашање. Најголема поддршка за оваа технологија доаѓа од студентите кои ја користат секој ден, додека најголем отпор доаѓа од студентите кои оваа технологија ја користат еднаш неделно или неколку пати годишно.
- Голем број (81%) од студените читаат електронски пораки преку e-mail, додека слична е бројката (80%) на студенти кои комуницираат со своите пријатели преку chit-chat апликациите како MSN или Yahoo Messenger.
- Вкупно 65% од студентите користат интернет за забава и “тепање време”.

- Вкупно 80% од студените редовно пристапуваат до нивните кориснички сметки на некои од социјалните мрежи секој ден. Само 9% од студентите не ја користат оваа технологија секојдневно. Женските студенти почесто ги проверуваат нивните кориснички сметки (77%) од машките студенти (65%).

Генерално гледано, студентите се отворени за користење нови технологии во образованието. Тие особено сакаат да користат т.н. CMS системи за управување со веб-содржини (83%), системи за далечинско (on-line) учење (99%), да пристапуваат на разни електронски услуги како плаќање на школарина или проверување на оцени и распоред (90%) и праќање и примање на електронски пораки (97%).

Во Табела 2 може да се погледне субјективното мислење на студентите за познавањето на одредена (интернет) технологија.

	Одлично	Добро	Доволно	Недоволно	Не користам
Да пристапам до ресурсите од факултетот преку системите како Moodle или Libri	80%	10%	4%	1%	4%
Да пребарувам информации за потребите при учење	86%	11%	2%	0%	1%
Да пребарувам основни информации (вести, време, патување)	87%	9%	3%	0%	1%
Да играм мрежни игри	50%	13%	11%	5%	21%
Да слушам музика	91%	5%	3%	0%	1%
Да ми поминува времето	74%	10%	8%	2%	6%
Да купувам или продавам	41%	16%	15%	10%	19%
голем број на електронски услуги	62%	20%	9%	3%	7%
Да примам или испраќам електронски пораки	89%	7%	3%	0%	1%
Комуникација преку апликации како MSN, Yahoo Messenger	88%	7%	2%	1%	2%
Да изградам или одржувам веб сајт	34%	17%	16%	12%	20%
Да пристапам кон социјални мрежи (Facebook, Myspace...)	82%	7%	4%	1%	5%
Да симнувам MP3 фајлови	83%	10%	6%	0%	1%
Да качувам и разменувам MP3 фајлови	73%	13%	8%	2%	5%
Да делам фотографии или други дигитални ресурси	73%	15%	7%	2%	4%
Веб конференции (користејќи веб камера)	55%	18%	10%	4%	14%
Да читам RSS feeds	41%	17%	15%	5%	21%
Да читам блогови	60%	14%	12%	1%	12%
Да коментирам на блогови	56%	13%	12%	2%	17%
Да одржувам мој блог	41%	14%	14%	6%	25%
Да читам форуми	67%	14%	8%	2%	9%
Да пишувам по форуми	64%	13%	6%	2%	15%

Табела 2: Познавање на одредена интернет технологија

Користење на мобилни телефони и мобилни технологии

Во последната фаза од нашето испитување го разгледавме користењето на мобилните телефони и мобилната технологија кај студентите. Од ова испитување ги извлековме следните заклучоци:

- Процентот на студенти кои не користат мобилен телефон за воспоставување телефонски разговори е помал од 1%. Вкупно 97% од студентите го користат мобилниот телефон секој ден.
- Вкупно 71% од студентите праќаат или примаат СМС пораки секој ден,
- Само 29% од студентите не ги користат мобилните телефони за да пристапат до интернет, додека 40% од нив го прават тоа секој ден.
- Слично, 30% од студентите користат мобилни телефони за да испраќаат електронски пораки, додека 35% не ја користат оваа технологија.
- Само 15% од студентите не го користат мобилниот телефон како организатор.

Познавањето на користењето на мобилните телефони и нивниот голем број на функционалности е речиси универзален. Најслаби области се испраќањето на електронски пораки и пристап до интернет со по 1% непознавање и 6% некористење, соодветно. Студентите речиси универзално сакаат да ги користат овие технологии во образованието. Мал отпор има само кај испраќањето и снимањето на видео-записи и фотографии (8% и 7%, соодветно).

4. Дискусија и Заклучок

Образовниот систем во денешницата се соочува со различни проблеми. Причините поради кои овие проблеми се појавуваат се многу, но сепак како еден од главните аргументи се наметнува неможноста на традиционалното образование да се адаптира на новиот тип студенти кои се почесто се појавуваат во образованието. Токму таа е и причината поради која го спроведовме ова истражување.

Дигиталните современици се нова категорија студенти кои, за разлика од дигиталните несовременици, имаат посебни карактеристики [8,9,10]. Самиот начин на учење и размислување кај овие студенти е поразличен и потребна е адаптација на образовниот систем кон нив за да не настане драстично намалување на нивниот квалитет како стручни кадри [11].

Наше согледување е дека со помош на анкетата која ја спроведовме успеавме да го потврдиме присуството на дигиталните современици во Република Македонија. Тоа најлесно може да се согледа со масовното присуство на

персонални компјутери, интернет пристап и мобилни телефони во домовите на секој студент. Освен што студентите ги поседуваат овие направи, тие се исто така и запознаени со голем број од нивните примени и ги користат секојдневно. Мора да се нагласи дека не постои јасна дефиниција или множество на правила за тоа кој студент може да се смета за дигитален современик. Останува фактот дека новите генерации се опкружени со голем број на технологии и технолошки направи, кои нашиот образовен систем би можел да ги инкорпорира во образовни цели. Со самата нивна примена во образованието тие ќе го олеснат и самиот процес на учење. Како доказ за тоа може да се земе фактот дека најголем број од студентите се подготвени да ги користат поголемиот дел (речиси сите) од технологиите за образовни цели.

Сепак користењето на технологија и давањето на успешни резултати не секогаш е правопропорционално. Потребно е дополнително испитување за утврдување кои технологии, во која мера, и на каков начин би можеле да се користат во образованието. Не секој студент е подготвен да користи одредена технологија, а и не сите студенти навистина разбираат што може да се постигне со одреден тип на технологија, особено ако истата претходно не ја користеле за образовни цели. Во овој дел се јавува и еден од најголемите проблеми при користењето на технологиите. Може да се заклучи дека користењето на компјутерските алатки како уредувачи на текст, креирање на презентации или пребарување и учење преку интернет кои се широко опфатени и кои најголемиот дел од студентите ги користат може да се применат во наставата (мора да се наведе дека најголемиот дел од нив веќе и масовно се користат во образовни цели барем од страна на студентите). Од друга страна, за користење на видео игри во образованието против се изјасниле 15% од студентите. Во споредба со претходните случаи кога процентот на противење изнесува само 1% или 2%, желбите на овој дел од студентите може полесно да биде занемарена. Но ако 15% од студентите се против користење на оваа технологија во образованието, и покрај тоа што поголемиот дел од студентите ја прифаќаат сепак мора да се постави прашањето какви последици би предизвикало имплементирањето на истата кај студентите. Ако имплементирањето предизвика нелагодност кај оваа група на студенти и намалување на нивниот успех во дадениот предмет, тогаш можеби и самата технологија би требало да се занемари.

Овој проблем не е ограничен и не е ексклузивен на одредена технологија. Мора да се разгледа и фактот дека одредена технологија и не е достапна до голем дел од студентите. Проверувањето на електронска порака преку мобилен телефон е нешто што 15% од студентите не се сигурни или не би сакале да го користат во образованието (вкупниот број на студенти кои ја имаат оваа можност на нивните телефони не е одреден со нашето истражување). Така што, имплементирање на мерки како електронско известување на студентите за итни вести преку електронски пораки мора внимателно да се реализира доколку се земе предвид дека голем дел од студентите тоа и не би можеле да го направат. Не е нелогичко да се очекува

еден студент во интерес на неговата студија да набави одредена технологија, но неразумно е да се очекува да набави голем број на нови и скапи технолошки додатоци. Набавувањето на нов хардвер и софтвер би можел да предизвика невозможност на приклучување кон одреден образовен систем.

Затоа, клучно е Универзитетите во Македонија да се фокусираат на искористување на технологијата која е широко достапна кај студентите. Овозможувањето на безжичен интернет пристап и лаборатории со компјутери би бил добар почеток за подобрување на образовниот систем кај нас. Поголемиот дел од анкетираните студенти имаат пристап до преносни компјутери, па согласно тоа една достапна интернет конекција значително би ја олеснила нивната пристапност до електронските ресурси, а би се намалила потребата за набавка на дополнителни компјутери во сопственост на самите Универзитети. Можеби најголем бенефит за образовниот систем може да се добие со овозможувањето на пристап до ресурсите за учење и известувања по електронски пат. Добар начин за тоа би било со имплементирање на квалитетен систем за електронско учење. Оваа технологија е широко прифатена кај студентската маса со само 8% некористење. Впрочем, најголем дел од студентите би сакале да ја користат истата за да им помогне во нивното образование.

Технологијата е присутна во домовите на студентите и неспорен е фактот дека таа треба да биде присутна и во образовниот процес. Допрва треба да се утврди која технологија и во која мера треба да биде имплементирана. Исто така потребно е да се внимава при имплементирањето на нови технологии да не се појави дискриминирана група. Од анализите погоре може да се увиди дека постои поделеност на машки и женски студенти при употребата на одредени технологии во образованието. Слична поделеност возможно е да се појави кај повеќе категории на студенти (интернационални студенти, студенти од помалите градови и руралните општини и сл.).

Постојат многу начини и методи како да се надминат проблемите кои се јавуваат во високото образование. Истражувањата спроведени во другите земји во врска со дигиталните современици, вклучително и нашето почетно истражување, се добар почеток кон утврдување на факторите кои би можеле да помогнат во креирање на подобро и посовремено високо образование во Република Македонија.

Abstract

*The aim of this paper is to confirm the existence of **digital natives** in the Republic of Macedonia, as well as their impact on the higher educational system. We will analyse the statistics and experiences of other countries with this population. Through the comparison of these statistics with those obtained from the results of our analysis of questionnaires used for the purposes of our research, we aim at better understanding the current state of the higher educational system in the Republic of Macedonia.*

Keywords: *Digital natives, digital immigrants, methods for improving the educational system.*

Литература

[1] Ben Butler. "Wanna Go to Digital Rehab? No No No: Talking to the Born Digital Generation." *IAB Engage* (2007). *Iabuk*.

[2] Jones Chris, Ramanau Ruslan, Cross Simon and Healing Graham. "Net Generation or Digital Natives: Is There a Distinct New Generation Entering University?" *Computers and Education,* 3.54 (2010): 722-32.

[3] Gregor E. Kennedy,, Terry S. Judd, Anna Churchward, Kathleen Gray, and Kerri-Lee Krause. "First Year Students' Experiences with Technology: Are They Really Digital Natives?"*Australasian Journal of Educational Technology* 1.24 (2008): 108-22.

[4] Gregor E. Kennedy,, Terry S. Judd, Anna Churchward, Kathleen Gray, and Kerri-Lee Krause. "First Year Students' Experiences with Technology: Are They Really Digital Natives?" (2008). Raw Data.

[5] Josh McCarthy. "Using Social Media to Enhance the First Year Experience." *The University of Adelaide Excellence in Education Award Application* (2009).

[6] Marc Prensky. "Let's Be "Digital Multipliers"." *Educational Technology,* (2008).

[7] Marc Prensky. "Backup Education?" *Educational Technology,* 48.1 (2008).

[8] Marc Prensky. "Digital Natives, Digital Immigrants." *On the Horizon* 9.5 (2001). *MCB University Press*.

[9] Marc Prensky. "Digital Natives, Digital Immigrants II." *On the Horizon* 9.6 (2001). *MCB University Press*.

[10] Marc Prensky. "H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom."*In Inovative* 7.5 (2009). *MCB University Press*.

[11] Sue Bennett, Karl Maton, and Lisa Kervin. "The 'Digital Natives' Debate: A Critical Review of the Evidence." *British Journal of Educational Technology.* (2008).

004.77/.78 : 343.14

Доц. д-р **Ристо ХРИСТОВ**
М-р **Атанас КОЗАРЕВ**

ДИГИТАЛЕН ДОКАЗ

Апстракт

Со прогресивното ширење и развојот на информациско – комуникациската технологија (ИКТ) растат и злоупотребите, како и потребите за нивно оневозможување или уништување. Зголемувањето на овие злоупотреби (намерни или ненамерни) поставуваат барање пред државата да им посвети многу поголемо внимание во законската регулатива и во кривично-правната заштита на оштетените. Бидејќи сторителите на електронскиот криминал се многу вешти во ракување со ИКТ системите, се појавува потреба од нормативно регулирање на условите, начините и постапките, колективното организирање на стручните лица или поединците – вештаци, кои мораат да исполнуваат соодветни стручни, етички и легални услови, поради истрага, откривање, докажување и разрешување на одлучувачките факти. Честа појава е изведување на докази со вештачење секаде каде е потребно стручно знаење со кое судот не располага, што особено е потребно во комплексните ИКТ системи.

Клучни зборови: *Дигитален доказ, копија на дигитален доказ, аквизиција на дигитални докази, IOCE, криминален доказ, ИКТ експерт*

Вовед

Глобалните компјутерски мрежи создале можност за нови облици на криминал. Се појавија посебни, софистицирани, продорни, технички потковани, бескрупулозни, понекогаш осветољубливи поединци на кои тешко можеме да им се спротивставиме, а уште потешко да ги сопреме. Тие често сакаат публицитет за да бидат познати. Лесно шетаат низ сајбер-просторот каде се чувствуваат како дома, па затоа не е лесно да се идентификуваат. Активностите им се олеснети благодарение на огромноста и јавноста на интернетот.

Последиците од електронскиот криминал или од таканаречените вируси, црви или тројанци се големи. Така на пример:

- Во Австрија, во 2003 година, електронскиот криминал нанесол штета од 3,5 милиони долари, а вирусите, тројанците и црвите 2 милиони долари.
- Во Велика Британија, во 2003 година, електронскиот криминал нанесол штета од 128 милиони фунти, а вирусите, тројанците и црвите 27,8 милиони фунти.

Безбедност на информацискиот систем претставува низа мерки и постапки кои се преземаат за да се овозможи функционалност на информацискиот систем и интегритет на неговата содржина во сите вообичаени облици на неговото дејствување. Тоа е гаранција дека системот ќе обезбеди непречено извршување на сите операции, одвивање на деловните процеси и ќе ги исполни барањата кои ги поставуваме. Степенот на сигурност се одредува со квантитативни големини до кои се доаѓа со математички и статистички методи за проценка на ризикот и отпорноста на ризични ситуации.

Заштита на информацискиот систем е множество на методи, постапки, материјални и нематеријални мерки кои се преземаат во насока на намалување на загрозеноста на информацискиот систем од претпоставени облици на закани.

За да можеме да спроведеме соодветна заштита, мораме да направиме:

- Проценка на важноста на содржината со податоци која се прави врз основа на анализата на односот на државата кон одделните видови на податоци, според евиденцијата која се води во деловниот систем и врз основа на интересите на раководните структури во деловниот систем,
- Проценка на изворите и обликот на закани на содржината на податоци која се изработува на темелите на претходно споменатите проценки.

Главната цел на истрагата во случај на компјутерски инцидент, како и во класичниот криминал, е да се креира за правосудните органи цврст доказ во дигитален облик (*дигитален доказ - DD*) за вината на осомничениот или за негово ослободување, односно праведно санкционирање за извршеното кривично дело. Поимот дигитален доказ во поширока смисла на зборот претставува „утврдување на доказ за злоупотреба во системите каде се користи дигитална технологија“.

Во случај на класичен криминал, цврст несоборлив доказ на пример за убиство е пиштолот кој дими во рацете на убиецот. Таков директен (непосреден) доказ во електронскиот криминал речиси е невозможно да се обезбеди. Цврст дигитален доказ без таканаречени пукнатини се обезбедува преку низа од посредни докази, какви се по својата природа дигиталните. Поради тоа при собирањето, анализата, складирањето и приказот на дигиталните докази, мораат да се почитуваат посебно дефинирани принципи. Такви принципи се:

- Во постапките за работа со дигиталните доказни материјали мораат строго да се применуваат сите генерални форензични и процедурални принципи,
- Пред, во текот и после употребата на дигиталниот доказ не смее да се случи каква било негова измена (неговиот облик мора да биде ист како оригиналниот),
- Само добро едуцирано лице може да пристапи до оригиналниот дигитален доказ и да го употреби тогаш кога за тоа има потреба,
- Сите активности кои се однесуваат на собирањето, складирањето, пристапот или трансферот на дигиталните докази мораат да бидат потполно документирани, сочувани и транспарентни за која било странка во спорот,
- Лицето кое раководи со дигиталниот доказен материјал е одговорно за сите активности во однос на дигиталниот доказ, кога истиот е во негов посед,
- Агенцијата одговорна за менаџмент со дигиталните докази е одговорна за складирањето и другите активности околу доказите, во рамките со наведените принципи.

Во секој компјутерски инцидент, од моментот на откривање на дигиталните докази, до нивната презентација на суд, најдобри резултати, според светските искуства, дава работата на тим составен од најмалку три професионалци: претставник на официјалните органи на истрага, тужителството и експерт од областа на ИКТ. ИКТ експертот мора да има додатни квалификации во однос на останатите негови колеги. Имено тој мора да има сертификат од соодветно државно тело или државна институција. ИКТ експерт без сертификат, односно без познавање на светските стандарди за форензика на дигитални криминални инциденти, може да го загрози откривањето на реалните факти со користење на свои стандарди во текот на сведочењето.

Судската пракса прифаќа компјутерски генерирани и меморирани дигитални докази под адекватни услови. Трансформацијата на дигиталните податоци, кои се состојат од низа на кодирани битови, во судски доказ е апстрактен процес, процес кој може кај судијата и поротата да предизвика

сомневање во автентичноста и интегритетот на дигиталниот доказ. Особено тоа е изразено поради нивната (не)едуцираност во подрачјето на ИКТ. Во таа смисла мора на национално ниво (на ниво на законски или подзаконски акти) да се дефинираат соодветни процедури, кои ги опфаќаат: процедура за ракување и чување на дигиталните докази и процедура на форензичка аквизиција и анализа на на дигиталните докази. Под поимите аквизиција и анализа во овој труд се подразбира откривање, извлекување и докажување на дигиталните докази во доказната постапка.

1. Криминален доказ

Криминалистичка вредност на доказите за утврдување на вистината во кривичната постапка

Целокупното криминалистичко постапување во преткривичната постапка е фокусирано кон откривање и расветлување на кривичното дело и откривање на неговиот извршител со цел утврдување на објективната вистина за кривичниот настан. Откривањето претставува процес на "пронаоѓање на латентни и потенцијални информации и нивно декодирање (дешифрирање)"[1]. Гносеолошките информации се поврзани со кривичниот настан и тие со почетно општо сомневање или со подоцнежно основано сомневање упатуваат на постоење на одредено кривично дело или стек од кривични дела и нивен извршител. Овие фактички информации во својот почетен стадиум имаат оперативно, гносеолошко и криминалистичко значење и оттука произлегува нивната вредност за понатамошниот процес на докажување во текот на кривичната постапка.

Фундаментален криминалистички поим на кој се однесуваат и оперативните и доказните информации претставува кривичниот настан како "сложена реална појава случена во минатото. Неговото откривање и докажување е творечки и мисловен процес свртен кон логично и стварно реконструирање на текон на кривичниот настан и тоа преку откривањето, фиксирањето, разјаснувањето и користењето на криминалистичките (оперативни и доказни) информации во склопот на оперативната истражна дејност, кои се нераскинливо поврзани и заемно се надградуваат и надополнуваат.

Преку откривањето на содржината и пораките на криминалистичките информации кои се однесуваат на кривичниот настан и на неговиот предизвикувач, криминалистот во оперативното и кривичното процесно постапување ја осознава целоста на кривичниот настан и по анализирањето

[1] В.Водинелиќ, Криминалистичка тактика I, Центар за образование на кадри за областа на безбедноста – Скопје, 1995 година, стр.172.

на фактичката ситуација донесува заклучоци за постоењето или непостоењето на кривичното дело[2]. Информацијата ја предаваат сигнали настанати со извршувањето на кривичното дело. Сигналите кои се предизвикани со кривичното дело имаат самостојна физикална природа. Нивната функција е кај кривичарот да предизвикаат иста реакција (одраз, сознание) како да присуствувал и на самото извршување на делото[3].

Информацијата е содржина на сигналот, а материјалното руво на сигналот ја чува ја пренесува информацијата. Сигналот, според тоа, е единство на содржината (информацијата) и обликот. Без сигналот нема информација, но ако таа не е "извлечена" (декодирана, дешифрирана) од сигналот, сигналот не ја пренел информацијата, која останала латентна (скриена). Потребно е да се откријат не само сигналите, туку и нивната содржина (информацијата). Ова откривање се врши преку каналот на врски, т.е. преку оперативно – тактичките и истражни дејствија[4].

Информативната страна ја поврзува оперативната и доказна информација. Откривањето на информацијата и процесот на докажување ја интересира криминалистиката од содржинска страна, која го апстрахира процесниот аспект. Неа ја интересира информациониот аспект, додека во процесната страна не се впушта. Не сметаме дека криминалистиката се занимава со доказите, затоа што таа ги изучува истражните и процесните дејствија, како и доказите – нивните резултати, но само од информационо стојалиште[5].

Исто така, доказот во кривичната постапка не е ништо друго туку таква промена во кривичниот случај и неговите реликти (траги и предмети од кривичното дело) која се покажува како кривично-правно релевентна, па затоа е потребно процесно да се фиксира токму таа промена, а не некоја подоцнежна која нема значење и не може да биде доказ.[6]

Докази се само оние конкретни факти од објективната стварност, чија целокупност (суштина) служи за утврдување на вистината во кривичната постапка. Тоа се такви фрагменти од стварноста на кривичниот случај кои надлежниот кривично – процесен субјект ги спознал во процесно

[2] М. Ангелески, Криминалистика, НИО "Студентски збор", 1993 година, стр. 75.
[3] В. Водинелиќ, Криминалистика – откривање и докажување I том, Скопје, 1985 година, стр. 58.
[4] В. Водинелиќ, Што је откривање, а што разјашњавање кривичног дјела и разоткривање учиниоца? Приручник, 1/1990 година, стр. 27.
[5] В. Водинелиќ, Криминалистика – откривање и докажување I том, Скопје, 1985 година, стр. 56.
[6] 62.

оформениот поредок. Тие се "извадени" од системот на реалноста во кој се држеле заедно според принципот на универзална поврзаност и меѓусебна условеност на појавите во реалноста. За да може да биде прифатен како доказ, фактот мора да има објективни својства, да биде во такви односи кои реално постојат надвор и независно од свеста на судскиот совет, а дозволуваат заклучок за главниот факт. Не е важен само резултатот, туку и патот на докажување: зошто фактите така влијаат на судскиот совет, на што се заснива таквото делување на доказите. Да се открие кривичното дело и извршителот не значи ништо друго туку да се пронајдат и поврзат фактите во таков систем кој со сигурност (извесност) го утврдува предметот на докажување. Меѓутоа судот ги цени доказите.[7]

Оттука, докажувањето во кривичната постапка преставува процес на утврдување на спорните (неизвесни) со посредство на други (познати, извесни) факти. Доказот во кривичната постапка не е како во логиката-мисла, туку факт (фактички податок одразен во свеста на кривичарот како логичен доказ). Како докази не се јавуваат кои било факти. Докази во кривичната постапка можат да бидат само оние конкретни факти од објективната стварност кои во поглед на главните факти (предмет на докажување) се кривично-правно релевантни (се наоѓаат со нив во врска која е од значење за решавање на кривичниот предмет). Тие не се само субјективни доживувања на кривично-процесниот субјект, туку објективна стварност (појава, предмети, дејствија – однесување), кои пред откривањето постоеле надвор и независно од свеста на кривичарот[8].

Во текот на кривичната постапка во Република Македонија се вбројуваат следните доказни средства: сведок, вештак, увид, признание и материјални докази.

Користењето на доказните средства мора да биде во согласност со пропишаната законска рамка како основна гаранција за имплементирање на принципот на владеење на правото како темелна вредност на уставниот поредок на државата. Во спротивно, се поткопуваат правните рамки на уставното уредување и се повредуваат основните слободи и права на човекот и граѓанинот утврдени со Уставот и меѓународните договори ратификувани од страна на Република Македонија.

[7] 128-131.
[8] 150.

2. Дигитален доказ

2.1 Дигитален компјутерски доказ

Дигиталниот компјутерски доказ се состои од множество на посредни реални докази, од кои ниеден не смее да се исклучи поради која било причина. Доказите мораат да бидат потполни, меѓусебно да се потполнуваат (да се испреплетени) и да ја немаат таканаречената пукнатина за донесување на заклучок, односно за утврдување на цврст доказ.

Криминалниот акт може да се изврши на кој било компјутер поврзан во локална или светска мрежа независно од неговата географска положба. Исто така компјутерот-напаѓач географски може да биде лоциран во која било точка од земјината топка.Парот нападнат компјутер – напаѓачки компјутер може да биде во границите на една држава или пак да бидат сместени во различни држави. Тоа значи дека тие можат да бидат сместени во иста држава или во различни држави, односно форензичарите често се приморани да собираат дигитални докази во едни држави, а да ги прикажуваат на суд во други држави. Самиот тој факт наложува да се воведат одредени правила за прибавување, дистрибуција и презентација на дигитални докази кои ќе се релевантни за сите држави. Во таа насока, IOCE ги дефинира општите принципи за хармонизација на методите и праксата при работата со дигитални докази меѓу народите кои гарантираат прифатливост на дигиталните докази во една земја, ако тие се собрани во друга земја.

Светската судска практика ги прифаќа компјутерски генерираните и компјутерски меморираните докази под соодветно дефинирани услови. Овие услови мораат строго да се почитуваат, бидејќи трансформацијата на податоците од серија на кодирани битови во судски доказ е апстрактен процес кој може да предизвика сомнежи кај судиите и поротата и да ги доведе во прашање автентичноста и интегритетот на компјутерски генерираните судски докази.

Тоа особено е изразено кај судиите/поротата кои се неедуцирани од областа на информатичко-комуникациската технологија. Затоа, потребно е да постојат процедури за ракување и чување, како и прописи за собирање, аквизиција и анализа на дигиталните докази независно на каков медиум тие се запишани. Не смее податоците да се менуваат, да се оштетуваат или да се манипулира со нив во кој било чекор од истрагата.

Најтешко е да се добие таканаречен дигитален доказ без пукнатини, доказ кој ги покрива сите објаснувања и заклучоци. Во текот на изградбата на цврсти (несоборливи) докази се утврдува: што навистина се случило, што

е изгубено, колкав е износот на штетата и дали навистина се случил криминалниот акт. При тоа мора да се задржи потполна објективност.

Собирањето на докази започнува со реконструкција на хипотезата за случајот. Доказите треба да се собираат на местото на случување на криминалната случка (*на сцената на злочинот*), бидејќи тоа може да биде единствен директен контакт со реалните докази. Треба да се работи методично, полека и да се собираат клучните нешта. Користејќи ги заклучоците за случката, потребно е со критички поглед да се вратиме на поставената хипотеза, односно да си поставиме прашање како лично ние би ги прифатиле тие докази ако се наоѓаме на спротивната страна. Потребно е да ги пронајдеме причините за неквалитетниот доказ, односно да утврдиме: зошто доказот не е квалитетен, каде се изгубил некој важен факт, како да се пронајде доказен материјал кој ќе ја потполни празнината, што да направиме ако таков материјал се пронајде, итн. Во оваа фаза од истрагата од иста важност се докажувањето и негирањето на доказот. Заедничка одбрана во сите компјутерски ексцесни ситуации најчесто е тезата дека криминалниот акт никогаш не се случил, дека тоа е само нормална компјутерска аномалија итн.

Значи, потребно е да се соберат сите посредни докази од самото место, не само оние докази за кои дигиталните форензичари мислат дека треба да се соберат, туку и сé она што може потенцијално да индицира што навистина се случило. Во процесот на аквизиција генерално е потребно да се снимаат листата на датотеки и логови како докази, дури и ако немаме никаква идеја што навистина се случило.

Во доказниот материјал потребно е да биде сместена секоја датотека која потенцијално може да содржи доказ, пред истата да се изгуби или промени. По иницијалната истрага (без запленување на компјутерот) потребно е да се свртиме кон првобитната хипотеза и да ја доградиме подетално со собраните докази. Голема веројатност постои да е испуштен некој значаен доказ, што претставува добар аргумент компјутерот да се заплени во текот на истрагата, но при тоа мораме да имаме на ум дека тоа не е секогаш лесно. Дигиталниот доказ е посреден доказ. Но, секој од посредните докази, кои заедно го градат доказниот материјал, треба да се третира како директен доказ кој води кон непобитно докажување на криминалното дејствие. Сите посредни докази потребно е да се третираат како докази кои директно водат кон непобитно докажување на извршените криминални активности. Тие се сите важни и критички за конкретниот случај. Дури во тој случај почнува изградбата на доказ без пукнатини, односно изградбата на несоборлив доказ. Значи, потребен е голем посреден доказен материјал, за да се изгради еден мал цврст дигитален доказ.

Дигиталниот доказ се гради со логичко поврзување на мноштво на дигитални податоци. Дигиталните податоци, како најмала градежна единка на дигиталниот доказ, можат да се поделат во три основни категории:

- *Преодни податоци или информации* кои се губат после напонското исклучување на компјутерот. Тие неповратно се изгубени во текот на процесот на исклучувањето на компјутерот. Затоа е многу важно строго и до крај прецизно да се спроведуваат процедурите за аквизиција. Имено, пред исклучувањето на компјутерот, треба детално да се испита, да се лоцираат чувствителните и шифрираните податоци, бидејќи може да се случи после исклучувањето неповратно да се изгубат и да не можеме да дојдеме до нив (пр. во компјутерот е запишан пинот на некоја смарт-картица, па затоа не можеме понатаму да ја користиме.).
- *Осетливи податоци,* податоци кои најчесто се запишани на цврст диск и кои можат лесно да се менуваат (пр. последното време на пристап во логин-датотеката, и сл.).
- *Привремено достапни податоци* или податоци складирани на цврст диск на кои може да им се пристапи во одредено време (пр. шифрирани податоци).

2.2 Правосудни аспекти на дигиталните компјутерски докази

Да се потсетиме дека во класичниот криминал истражните органи, правниците и судиите го дефинираат доказниот материјал од два аспекта: според постоечките формални правила дефинирани во нормативни акти (прирачник или упатства), но и според законот на случајноста (Case law) кој се базира на искуствата и одлуката на други судови, а кој зборува како другите судови и пороти го интерпретираат истиот закон.

Компјутерскиот криминал внесе посебен проблем во областа на вештачењето и сведочењето. Правилата во класичниот криминал велат дека сведокот може да сведочи само ако е очевидец, односно може да сведочи само за тоа што е очевидец, за она што сам лично го перцепирал (чул, видел или го знаел), а не го дознал од друга рака, кое се смета за посреден доказ, познат во жаргонот како „рекла – кажала“.

Меѓутоа, кај компјутерот имаме случај сé што се наоѓа во него, може да се вброи во категоријата „рекла – кажала“ доказ. Имено, ништо што е директно поврзано со случајот не се гледа во компјутерот, бидејќи логин-датотеката може додатно да се измени, да се промени датата на датотеката, да се избрише или да се измени соодветниот документ, што практично значи дека само личноста која го причинила компјутерскиот инцидент (компјутерскиот криминалец) има директно сознание за тоа и е единствен

очевидец, односно непосреден сведок. Значи, компјутерските податоци можат да се користат како докази за сведочење само ако многу внимателно се преземат и ако задоволат некои специфични критериуми во судското вештачење (во форензичките аквизиции и анализи). Овие критериуми се критични во поглед на способноста форензичкиот аналитичар да собере што повеќе посреднички докази со чија помош ќе креира несоборлив доказ. Практично, посредни докази се сите докази во компјутерскиот криминален акт кои се собираат со анализа на софтверот, хардверот или на компјутерската мрежа. За посредниот доказ да биде прифатлив за судот мора да ја потврдува хипотезата за цврстиот доказ, или да ја побие. Исто така, мора да постои доказ дека логин-датотеката, како посреден доказ, настанала во нормален работен процес, но е потребно на пример, да се има цврст доказ дека причинителот бил логиран кога серверот паднал. Тоа е доволно цврст доказ кој ја оправдува постапката на надлежните органи службено да бараат прислушкување на линијата на сомнителниот, при следниот пристап да се сними времето и начинот на пристапот на серверот, кое подоцна се споредува со логин-податоците во датотеката на компјутерот и активностите на другите мрежни уреди. Од споредбите се креира несоборливиот доказ дека криминалецот навистина пристапил на серверот во критичниот момент.

Компјутерскиот доказ мора да биде автентичен. Судскиот вештак за информатичко-комуникациска технологија (ИКТ вештак), мора да потврди дека доказот е непроменет во однос на оригиналната состојба. Тоа е од критичко значење за прифаќање на доказот на суд (судски доказ - *forensic evidence*). За да можат доказите да бидат признаени на суд клучни елементи се следните: начинот како тие се набавени, како се чувани, заштитени од измени и како со нив манипулирало, односно дали при тоа се почитувани сите законски пропишани процедури. Оригиналната состојба на дигиталните докази, претходно мора да биде утврдена и потврдена од страна на судски вештаци за ИКТ со свое сведочење. Исто така форензичките аналитичари и истражните органи кои доказите ги собирале, ги чувале, ги анализирале и ракувале со нив мораат да ја потврдат нивната оригиналност.

Дигиталните компјутерски докази мораат да ги задоволат и останатите барања на правосудните органи, кои се однесуваат на судските докази и тоа:

- Ако е потребно да се користи копија, таа мора да биде најдобра,
- Ако ни стои на располагање оригинал, тогаш не смее да се користи копијата,
- Копијата може да ги задоволи сите барања за изведување на доказите (пр. листингот на логин датотеката), ако постои оригинална датотека во компјутерот за споредување,

- Судскиот вештак за ИКТ мора да сведочи како копијата (пр. листингот на логин датотеката) е направена, како и за другите детали при ракување со датотеката и копијата (во печатена форма),

2.3 Управување со дигиталните докази

Управувањето со дигиталните докази кое се состои од собирање, пренос, анализа и чување, бара посебна дискусија. Доказите се чуваат во текот на целокупниот истражен синџир, при водење на процесот, доказната постапка, судењето и пресудата (*chain of custody*), што значи дека доказот е во сопственост на судот од моментот на аквизицијата до завршување на судењето. Собраниот доказ мора да се чува од штетните влијанија кои можат да го оштетат (топлината, студенилото, водата, електромагнетските дејства итн.). Секоја датотека треба да биде бекапирана и складирана со дигитален потпис (DS), на пример CRCMD5[9], кој креира сигурен хеш (*hash*).Судот може да го прифати дигитално потпишаниот (хешираниот) доказ како оригинален, бидејќи секоја измена во датотеката го уништува хешот кој е дигитален печат на потписот, што лесно се утврдува со споредување. Препорачливо е да се меморира дигиталниот потпис во текстот на податоци на дигиталниот доказ, да се шифрира и така да се складира и чува.

Во текот на корпорациската и официјалната истрага (истрага спроведена од официјалните органи) мораат сите чинители во истрагата (сведоците, експертите, софтверските и хардверските алатки за форензичка аквизиција и анализа на дигиталниот доказ) да бидат прецизни и сигурни. Имено, софтверските и хардверските форензички алатки, програмите за следење на сообраќајот и детекција на упадот во работната меморија мораат да бидат наменски, комерцијално достапни производи со сертификат за безбедност за работа за кои се наменети. Така на пример, дигитални докази собрани на нелегален начин (пр. без употреба на безбедносни и сертифицирани форензични алатки) можат да бидат проблематични или отфрлени од страна на судот. Затоа треба да докажеме дека ставањето на ***snifer***[10] на компјурската мрежа не е наменето за прислушкување на приватни лица и загрозување на нивните права, туку за докажување на неовластен упад на неовластени лица во ИКТ системот.

Дигиталниот доказ подразбира дека постои право на сопственост над ИКТ системот, датотеките и програмите кои се оштетени. Со други зборови, ако не може да се докаже дека нападнатата содржина е лична (приватна), тогаш не може никој да се обвини дека ја украл, оштетил и/или изменил. *Правото на сопственост во ИКТ системите* се воспоставува со примена на

[9] CRCMD5 – NTI стандарден дигитален потпис
[10] snifer – уред за пратење на работата на сомнителен информационенн систем

тајни лозинки, механизми за криптозаштита и други механизми за контрола на пристапот, скриени датотеки, разни предупредувања, кои сугерираат дека тоа е приватна сопственост и дека без експлицитна дозвола на сопственикот никој нема пристап.

Во процесот на докажување на компјутерскиот криминал најдобро е да се дојде до сомнителниот компјутер, а бидејќи најчесто тоа е невозможно, барем до физичката огледална (*miror)* слика на неговиот цврст диск. Врз основа на на таа слика потребно е да се формира испитен цврст диск на форензичкиот (испитниот) компјутер. Овој испитен диск мора да биде сигурен физички дупликат на цврстиот диск на компјутерот од осомниченият.

Ако иницијалната истрага, која е спроведена внатре во нападнатиот систем, утврди дека нападот дошол однадвор и ако менаџерот или сопственикот на системот донесе соодветна улога, тогаш во овој дел од истрагата потребно е да се ангажираат официјалните истражни органи, за да може да се добие налог од судот за претрес и запленување на сомнителниот компјутер поради аквизиција на дигиталните докази. Ако нападот дошол од друга организација (во истата држава), потребно е да се дојде до локалниот администратор на ИКТ системот на таа организација и заедно со него да се продолжи со истражниот процес. Сомнителниот компјутер задолжително треба да се заштити од компромитирање, односно од измена на неговата состојба, во насока на заштита на оригиналните податоци за формирање дигитални докази.

2.4 Процедури за собирање на посредни компјутерски докази

Процесот на аквизиција на дигитални податоци се состои од следните активности: откривање, идентификација, извлекување и собирање.

Процедурата на собирање на дигиталните податоци ги опфаќа следните активности:

- Собирање на сите податоци кои ја поддржуваат основната хипотеза за тоа како дошло до компјутерскиот напад, од каде нападот потекнал и што е направено во нападнатиот компјутер,
- Собирање на сите податоци кои се контрадикторни на поставената хипотеза, за да се поддржи даденото објаснување или за полесно спротивставување на аргументите на другата страна од спорот. Секогаш во криминалистичката процедура треба да се има на ум дека и двете спротиставени страни сакаат да откријат и поднесат цврсти, несоборливи докази,

- Собирање на сите мобилни медиуми (CD ROM, DVD, магнетни траки, мобилни цврсти дискови, флеш мемории и сл.) откриени на локацијата на сомнителниот компјутер. Истите потребно е темелно да се анализираат. Овие анализи се извршуваат со специјализирани програми за анализа на мобилни медиуми. Исто така мора да се соберат сите печатени материјали, ракописи, забелешки и слично кои можат да помогнат при расветлување на случајот,
- Потребно е да се направи скица или да се фотографира сомнителниот компјутер и сите негови периферни единици, да се сочуваат и означат сите периферни уреди и кабли поради нивна повторна монтажа во форензичката лабараторија,
- Ако постојат матрични или импакт-печатари потребно е стариот рибон да се отстрани и замени со нов. Стариот рибон понатаму се испитува како доказен материјал. Дисплејот на компјутерскиот екран или на периферните уреди обврзно мора да се фотографира во затекнатата состојба,
- Исклучувањето на сомнителниот компјутер е посебно чувствителна операција. Во зависност од оперативниот систем (OS), постојат две можности: испитуваниот компјутер да се исклучи на класичен начин без страв дека ќе се избришат доказите за упад или насилно со исклучување од напонското напојување при што постои опасност од уништување на доказите (пр. ако Unix машините не се исклучат прописно, можат датотеките да се оштетат). Секогаш постои дилема како да се исклучи системот. Не треба да се заборави дека при прописното исклучување постои опасност од таканаречените *boby замки* кои се намерно инсталирани да ги уништат доказите. Кој начин ќе се примени зависи од проценката на истражните органи. Во овој случај најпаметно е да се користи помошта на судски вештак, ИКТ експерт, односно специјалист за дадениот оперативен систем и платформа на кого мора да му се објаснат легалните аспекти за заштита на интегритетот на дигиталните докази,
- Ако сме сигурни дека постои вградена замка, најдобро е компјутерот едноставно да се исклучи од напонската мрежа, со ризик дека некои датотеки можат да бидат уништени. Кај некои компјутери (mainframe и микрокомпјутерите) такво исклучување не е можно. Затоа е потребно да се ангажира експерт за ИКТ, кој треба да ја онеспособи секоја логичка бомба во нападнатиот компјутер,
- За ребутирање на испитуваниот компјутер никогаш не се користи неговиот оперативен систем, ниту неговиот интерпретатор на командите (тастатурата). Компјутерот треба да се бутира од бутабилен диск, кој физички е заштитен од запишување, со што се спречува внесување на вируси или од CD ROM кој е физичка слика на оперативниот систем,

- Кога ќе заврши ребутирањето, најнапред се зема физичката слика на оперативниот систем и цврстиот диск (со алатка од типот на *Drivespa**y** или Image*), потоа се собираат други докази и прелиминарно се анализираат. Најдобар начин за складирање на огледалната слика на цврстиот диск е употреба на оптички диск (CD), бидејќи тој е отпорен на електромагнетни зрачења, т.е. не може да се бриши (освен ако не е *rewritable* тип), а може лесно да се копира,
- Потребно е запленетиот компјутер, со сите негови подвижни медиуми, да се складира на безбедно место, заштитени од влијанието на околината, посебно од електромагнетните полиња и да се обезбедат од неовластен пристап, бидејќи вештакот мора да се заколне на судот дека доказниот материја не е достапен за неовластени лица,
- За разлика од пишаниот доказ, дигиталните докази можат да егзистираат во различни формати и во различни верзии и на различни локации. Со познавање на локацијата на нивното постоење и со користење на соодветни форензички алатки можат да се откријат и ако се во други формати или ако се изменети. Процесот на аквизиција најдобро го познаваат искусните ИКТ експерти, кои најсигурно и најбрзо ги откриваат можните докази. Освен тоа, во случај на преелиминарни испитувања и индентификација на дигиталниот доказ на самото место, кога компјутерот поради одредени причини не се запленува, ниту се прави форензичка копија на цврстиот диск, ИКТ експертот побрзо ги идентифицира скриените, нелогичките и избришаните места кои треба да се анализираат, знаците кои треба да се бараат и дополнителните извори на информации за креирање на релевантни докази. Дополнителни извори на информации можат да бидат поранешни формати на датотеки со податоци (пр. *Memos*, *Spreadsheets,*) кои постојат на цврст диск или на бекап-медиуми или датотеки со податоци со различни формати од оригиналните (пр. *.templets*, *.doc*, *.pdf* и сл.) кај кои форматот е намерно променет или е променет со употреба на некој од соодветните апликативни програми (пр. *Word processing, spreadsheet, e-mail, timeline, sheduling, graphic*).
- Заштитата на интегритетот на доказите е критична фаза. Искусниот ИКТ експерт мора да обезбеди:
  - Ниеден можен доказ да не биде оштетен, уништен или компримитиран на каков било начин со процедурите на форензичката аквизиција и анализа на компјутерот,
  - Ниеден вирус не смее да се уфрли во испитуваниот компјутер во текот на процесот на аквизиција и анализа,

- Со потврдените и потенцијално релевантни докази мора прописно да се манипулира и мораат да се штитат од евентуални механички и електромагнетски оштетувања,
- Да се воспостави континуиран синџир на чување и обезбедување на интегритетот на доказите,
- Загрозувањето на функционирањето, ако е неопходно, да биде во што пократко време или ако е можно да се избегне,
- Да се добие секоја потребна информација во текот на форензичката анализа од клиентот или адвокатот, кои според етичкиот кодекс се должни да ги дадат сите неопходни информации на форензичкиот ИКТ експерт.

2.5 Корисници на компјутерските дигитални докази

Во текот на анализата и при судската постапка на компјутерскиот криминал многу органи и институции ќе бараат да ги разгледаат и користат дигиталните докази. Такви баратели се:

- Обвинителството,
- Правосудните органи во приватните парнични постапки (проневера, развод, дискриминација, вознемирување и сл.),
- Осигурителните куќи, за можни измами во случаи со компензација на оштетени лица и сл,
- Организации (сопственици на нападнатиот ин формациски систем),
- Официјалните истражни органи (МВР, обвинителството,...),
- Поединци (сопственици на нападнатиот компјутерски систем),
- Здружението на ИКТ вештаци за потребите при вештачењето.

За жал, никаде во светот уште не постои генерација на официјални истражни органи, форензички аналитичари и претставници на правосудните органи (обвинителството и судството), кои се подеднакво квалификувани во своите области за да објективно и точно водат истрага, форензичка аквизиција и анализа, доказна постапка и презентација на дигиталните докази на суд.

2.6 Подготовка на дигиталните докази за вештачење

Независниот ИКТ експерт кој му помага на истражниот орган во откривање и аквизиција на податоците треба да има искуство од поширокатa област на информациско-комуникацискатa технологија. Таков експерт е од голема корист кога се изведува истрагата за конкретниот компјутерски

инцидент. Меѓутоа, иако основниот дизајн и апликативниот софтвер често се слични кај поголемиот број оперативни системи, па знаењето лесно се пренесува од еден на друг систем, сепак за аквизиција и форензичка анализа најдобро е да се ангажира посебен ИКТ експерт специјалист за конкретниот оперативен систем, оперативна платформа, програми, мрежа итн.

Дигиталните докази, од моментот на откривањето заклучно со форензичката анализа, треба да се третираат како да се готови за презентација на суд. На судот, во парнична или кривична постапка, во зависност од тежината на компјутерскиот инцидент, дигиталните докази ги презентира ИКТ вештак, судски сведок со дадена заклетва, квалификуван за соодветниот хардвер и софтвер, крајно објективно, точно, уверливо и разбирливо. Во најголемиот број на случаи дигиталните докази ги презентира ИКТ-вештак кој во текот на истрагата вршел аквизиција и форензичка анализа. Се разбира, и двете страни во спорот можат да бараат и други, независни вештаци за ИКТ, што неминовно подразбира вкрстени испитувања и соочување на мислењата на два вештака за ИКТ, со исти знаења и искуство. Тоа во пракса често е фактор на одвраќање, бидејќи искусните експерти за ИКТ одбиваат судско вештачење и соочување со други подеднакво добри експерти. Повеќе ја прифаќаат улогата на неутрален стручен консултант на обвинителот или на самиот судија.

Во подготовка на презентацијата на дигиталните докази на суд ИКТ-вештаци мораат да извршат многубројни консултации со адвокатот на странката која го ангажирала (обвинителството или одбраната), за избор на методот за презентација (користењето на помошни аудио-визуелни средства, стратегијата за настап и сл.). Тие сами психички се подготвуваат за вкрстени испитувања и евентуално соочување со сведочењето на другите вештаци.

2.7 Препораки на IOCE за управување со дигиталните докази

Денес во светот постои низа на препораки, помеѓу нив најважни се препораките на IOEC, со кои се дефинирани постапките за собирање и обработка на доказниот материјал. Препораките на IOEC се состојат од следното:

a. За чување на оригиналните (огледални) снимки на дигиталните докази не се прифатливи следните медиуми: инстант филм пакет, инџект печатари, термални восочно-хартиини печатари, dye сублимациони печатари, суво сребрени печатари, ласерски печатари и електростатични печатари,
b. За чување на оригиналните (огледални) снимки на дигиталните докази прифатливи поради квалитетот, трајноста и сигурноста се следните медиуми: класичните филмови на база на сребро – оксиди, CD ROM со едно впишување (non RW) и DVD,

c. За чување на оригиналните снимки на дигиталните докази можат да се користат, со одредена контрола од губење на податоците, следните медиуми: одвоено развиен инстант филм, фотографски принт, дискети, магнетни траки, фиксни цврсти дискови, преносни магнетни медиуми, компакт флеш медиуми, PC картички, смарт картички, преносни магнетно-оптички драјвови и магнетно-оптички драјвови за едно запишување,
d. За чување на оригиналот и неговото процесирање после аквизицијата можат да се користат: филм на кој може да се процесира оригиналот (ако процесот не е деструктивен), аналогното видео се препорачува за минимални процесирања на оригиналот (За да се избегне деградација на сигналот. Затоа е препорачливо, ако за процесирање треба да се користи оригиналот, да се направи копија пред процесирањето и анализата), дигитален формат за кој е потребно за процесирање да се направи огледален дупликат (физичка слика) и да се користи како работна верзија,
e. Документацијата за процесирање на слики мора да биде прецизна, детална, неотповиклива и направена на поверлив систем,
f. Верификацијата на оригиналот и проц сираните слики мора да биде обврзна и непобитно да потврдува дека не е направена било каква повреда на интегритетот на оригиналните дигитални докази.

Чувањето на оригиналот во синџирот на истрагата е строго обврзна во целиот ланец, од стартирањето на истрагата и откривањето на доказот, до сведочењето на судот. Оваа процедура мора административно да се дефинира во секој правосуден систем. Исто така мора да постои законска обврска на секој поединец кој ќе дојде во контакт со оригиналот на дигиталниот доказ во истражната, доказната и претресната постапка, да чува докази за начинот и обемот на неговите измени, оштетувањата или <u>бирешње</u> (бришење????) (губење).

3. Заклучок

Брзиот развој на информатичко-комуникациската технологија, покрај огромните бенифити во секојдневниот живот, за жал донесе и развивање на специфични криминални акти (електронски криминал) кои во голема мерка се разликуваат од класичниот криминал. Специфичноста на електронскиот криминал бара и специфични процедури во текот на откривањето на криминалните дејства, на истражната постапка и во текот на судската постапка. Во центарот на сите тие активности е т.н. дигитален доказ, почнувајќи од аквизиција на дигиталните податоци, нивната обработка во

дигитален доказ, ракувањето со доказот, неговото запишување и чување на соодветен медиум и неговата презентација пред судот. Дигиталниот доказ, за разлика од класичниот доказ, се изведува од непосредни податоци. Во текот на неговото креирање мора да се почитуваат сите меѓународни прописи и процедури за да може тој да биде валиден. Исто така креирањето на дигиталниот доказ мора да биде тимска работа во која ќе учествуваат форензички експерти (ИКТ експерти) кои имаат соодветен сертификат.

Се надеваме дека овој наш скромен труд ќе поттикне интерес за оваа материја која и во светски рамки е во почетна форма. Во Република Македонија за неа речиси не е почнало да се зборува.

Abstract

With progressive expansion and development of information and communication technology (ICT), the abuse grows as well as the need for its disabling and destruction. The increase of abuse (intentional or unintentional) demands that a state should pay much more attention in the legislation and the criminal-legal protection of victims. Perpetrators of electronic crime are very adept at handling ICT systems, which leads to the emergence of a need for normative regulation of conditions, ways and procedures, collective organization of professionals or individuals – experts who must meet appropriate professional, ethical and legal requirements because of the investigation, detection and resolution and proving decisive facts. Presentation of evidence by an expert is common whenever the court needs expertise, which is particularly necessary in the complex ICT systems.

Key words: *Digital evidence, copy of digital evidence, acquisition of digital evidence, IOCE, criminal evidence, ICT expert.*

4. Литература

1. *Federal Rule of Digital Evidence*, http://www.house.gov./judiciary/evid2001.pdf, USA gov., 2002.
2. *Carrier B*., *Defining digital Forensic Examination and Analysis Tools Using Abstraction layers, International Journal of Digital Evidence, Vol.1, No. 4, 2003.*
3. *Gary E. Fisher***,** *Computer forensics Guidance*, NIST, www.nist.com, 2001.
4. *IOCE Princips & Definitions, IOCE 2. Conference, , Marriott Hotel, London, 7.*

10. 1999.

5. Australian Communications, *Electronic Security Instruction 33,* ACSI 33 Standard, 2002.
6. Bosworth S., M.E.Kabay, *Computer Security Handbook*, John Wiley & Sons, Inc., 2002.
7. Brodsky S. L, *Testifying in Court: Guidelines and maxims for the Expert Witness*, Washington, DC, American Psychological Association, 1991.
8. *BugTraq* archives (http://www.geek-girl.com/bugtraq/search.html), 2004.
9. Carrier B., *Defining digital Forensic Examination and Analysis Tools Using Abstraction layers,* International Journal of Digital Evidence, Vol.1, No. 4, 2003.
10. COAST - *Computer Operations, Audit, and Security Technology,* Pardu univerzitet, SAD, http://www.cs.purdue.edu/coast/#archive , 2003.
11. *Digital Forensic Tools,* http://www.atstake.com, 2004.
12. Ford W., M.S.Baum, *Secure Electronic Commerce*, Prentice Hall PTR, 2001.
13. Grance T., Kent K., Kim B., *Computer Security Incident Handling Guide*, NIST Special Publication 800-61, January 2004.
14. http://securityresponse.symantec.com/avcenter/vinfodb.html.
15. http://www.apisgroup.org), *Apis security consulting*, 2005.
16. http://www.atstake.com.
17. http://www.ensfi.org.
18. http://www.iacis.org/
19. http://www.ojp.usdoj.gov/nij/pubs.htm.
20. http://www.sophos.com/virusinfo.
21. http://www.trendmicro.com/vinfo/virusencyclo.
22. http://www.visionmagic.8m.com/ecasopis/avgust-01/virusi3.htm,
23. Icove D., Segar K., VonStorch W., *Computer Crime, A Crimefighter's Handbook,* O'Reilly & Associates.
24. В.Водинелиќ, Криминалистичка тактика I, Центар за образование на кадри за областа на безбедноста – Скопје, 1995 година,
25. М. Ангелески, Криминалистика, НИО "Студентски збор", 1993 година.
26. В. Водинелиќ, Криминалистика – откривање и докажување I том, Скопје, 1985 година.
27. В. Водинелиќ, Што је откривање, а што разјашњавање кривичног дјела и разоткривање учиниоца? Приручник, 1/1990 година.
28. В. Водинелиќ, Криминалистика – откривање и докажување I том, Скопје, 1985 година.

007.52:004.891

PhD Student, Bojan ANDONOSKI[1],
Prof. d-r Mile STANKOVSKI[2,]

HUMAN-ROBOT COOPERATION USING A PHYSICAL INTERFACE AND THE OBJECT TO MANIPULATE WITH THE HAPTIC FEEDBACK

Abstract

The main goal of this work is a study of a human-robot cooperation with a haptics guideline focused in the relationship between the human and robot task, the use of a physical interface and the object to manipulate. With this aim, we show the guideline in two parts: a set of heuristic indicators and a qualitative evaluation. In order to assess the ergonomic validation of this guideline, an application over a well known haptics interface is presented. The final goal of our work will be study possible applications in laboratory condition in order to improve the design and the use of human-robot haptic interfaces in telerobotics applications.

Keywords **—** Haptic interface design, human-robot interaction, surgery applications, teleoperation.

I. INTRODUCTION

During interaction with a remote or local environment, humans exploit several active or passive action/perception couplings. Each of them is adapted to particular contexts, data, or interaction types. For instance, visual feedback is more adapted to perceive and interact with data shared in the spatial domain. Furthermore, this modality is dominant compared to the others [1]. Nevertheless, this modality presents a passive coupling between perception and action. When an active coupling is required in the application, we have recourse to the haptic feedback. This modality complements moreover the visual feedback by providing local and physical information about manipulated data or objects (texture, weight,

[1] Universitat Politècnica de Catalunya, Spain, bojan.andonovski@upc.edu
[2] [2]Faculity of Electrical Engineering and Information Technologies Skopje, Macedonia, milestk@feit.ukim.edu.mk

viscosity, etc.) [2]. These information are very important for accurate gesture and efficient motion thus, this modality is very important in the teleoperation context. Recently, haptic interfacing has attracted much interest in the scientific and industrial communities. Unlike traditional human-machine interfaces usually coming with visual displays and sometimes with auditory information, interfaces with haptic feedback can enhance the realism of interactive systems through more intuitive interactions [3], [1]. Along with the development of interfacing technology and the strong trend to include haptics in multimodal interfaces, there are more and more haptic research and applications in many sides of life (e.g., vibration on cell phone is the most known haptic application cited). For instance, in telesurgery applications, haptics is researched and applied to improve the surgeons' performance in suturing and knot-tying tasks, which are very time consuming [4]. Besides, there are situations in which human visual and auditory channels are heavily loaded, or the visual and auditory information is limited (i.e., undersea navigation in zones having high density of planktons, teleoperation with various information being sent through the visual channel like in a pilot training cockpit) the presentation of haptic channels is very important. Thus developing haptic interfaces is believed very important to consider [1].

The engineering community interest in haptic interaction has grown considerably based on large volumes of recent research. One of the main difficulties we need to solve in this domain is related to consider a human- centric design approach and the study of effective human-robot tasks in complex environments. The ergonomic assessment in the design of artifacts is necessary when it is important to improve the task effectiveness.

In order to include the human task in this domain it is necessary to evaluate the levels of automation: manual control, automatic control or shared control (Fig. 1). Another complex aspect is the relationship between experts from different fields: robotic technician, interface designer, surgeon, surgery operators, etc. The introduction of human factor aspects can help in safety, effectiveness and satisfactory use of interfaces in human-robot systems.

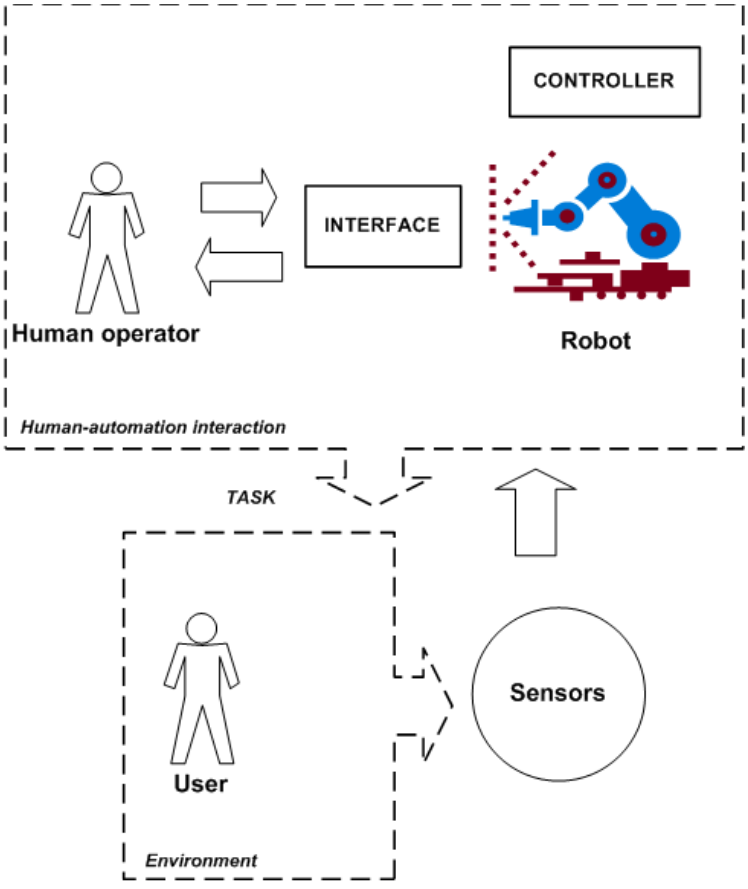


Fig.1. Human robot system interaction

The main proposal of this work is the evaluation of an ergonomic haptic interface design guideline (GEDIH), which provides an approach between human factors and technology. The guideline is based on physical ergonomics aspects and interface technical features. In this scenario the most important part is the human sensory-motor activity and it is necessary to analyze these physical tasks.

The traditional human-machine interfaces are usually coming with visual displays and sometimes with auditory information (human processing information with the visual channel), interfaces with haptic feedback can enhance the realism of interactive systems through more intuitive interactions (with other variables as force, pressure and touch) [5].

There are two main families of haptic applications: virtual reality and teleoperation reality. In both families, haptics, together with vision and audio, is being research for approaching more or less a state of "full immersion" [6]. In the

virtual reality family, forcereflecting devices with graphical user interfaces can be used in games, education and training, medicine (i.e., rehabilitation) engineering [7], [8]. Applications in rehabilitation help people who have had illness or impairments to regain as much function as possible with haptic exercises [9]. In the teleoperation reality family, human operators interact with real environments through multimodal interfaces including haptics, vision and maybe audio. In telesurgery, as mentioned above, there are more and more applications of haptic to improve the surgeons' performance. In macro world, supplying the operator with both visual and haptic sensory feedback can help the operator perform the task as naturally and fluently as possible and as though physically present at the remote site [10]. In nano-scale manipulation, haptic interaction can allow the operator to sense and touch the surface and nanoparticles during the manipulation [11].

In this paper, a haptic design guideline is presented in the areas of human-robot interaction and human-centric design. In the next section we describe the previous work that assessed the quality of the haptic interface and the analysis of the requirements in order to define effective criterion. Section 3 explains the interaction framework. In section 4 the physical characteristics of some haptic devices are described and analyzed. The next section shows the evaluation method of the guideline and a commercial haptic interface evaluation is presented in order to show the ergonomic validation of the guideline. Finally, the conclusions and future work are presented.

II. PREVIOUS WORK

In the previous works a reference model for evaluating and designing individual tactile or haptic objects and groups of such objects was presented. This model provides an understanding of the many facets involved in individual and groups of tactile or haptic interaction objects. But however the psychophysics studies and ergonomics considerations of the interaction in the human-robot system are not taken in to consideration.

In previous works an approach which considers a space to which the information in the remote environment belongs. In this space we will present the intuitive mapping, the representation of the information in the environment in ways that the operator (user) can quickly understand and learn in a natural way. The Figure 2 shows this approach.

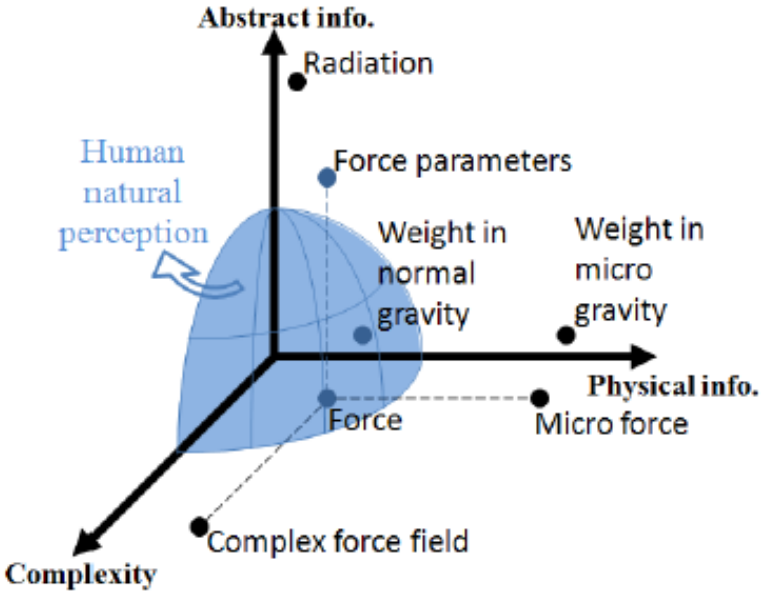


Fig.2. Properties representation space

The proposed space, presented in Figure 2, has 3 axes:

• Physical information: this axis deals with properties that mechanically affect interactions in the environment. These are forces, motions, viscosity, gravity, etc.

• Abstract information: this axis is for displaying properties that do not produce mechanical effects on the interactions in the environment. For example, the forces will mechanically affect interactions but the parameters (orientation, gradient, etc.) of these forces do not produce mechanical effects. Other examples of abstract information are sound frequency, radioactivity, etc.

• Complexity of information: this axis presents the abundant of the information in the environment. This can be understood as the amount of effort that operators must give to perceive the environment information. In this space, the zone called human natural perception (HNP) (Figure 2) represents the perception that humans have learnt and developed through daily life activities. The environment's properties will be displayed in this 3-D space depending on their characteristics.

Figure 3 presents the proposed approach for an intuitive mapping. In this Figure, only the haptic channel of HNP called human nature haptic perception (HNHP) is presented. The aim of this approach, in the context of teleoperation, is

to represent the properties of the remote environment, with existing haptic display technologies, in the best habitual haptic interactions thus enhancing the performance of the human operator like precision, execution time, comfort. We call this representation the intuitive mapping. Figure 3 shows an example in which we map information in an environment to display properties in the natural haptic perception space. Normally, there is more than one property in one environment. For example, in undersea environment, where teleoperation tasks like seabed navigation and fishing out are performed, there are properties like micro gravity, viscosity, field of flows, etc

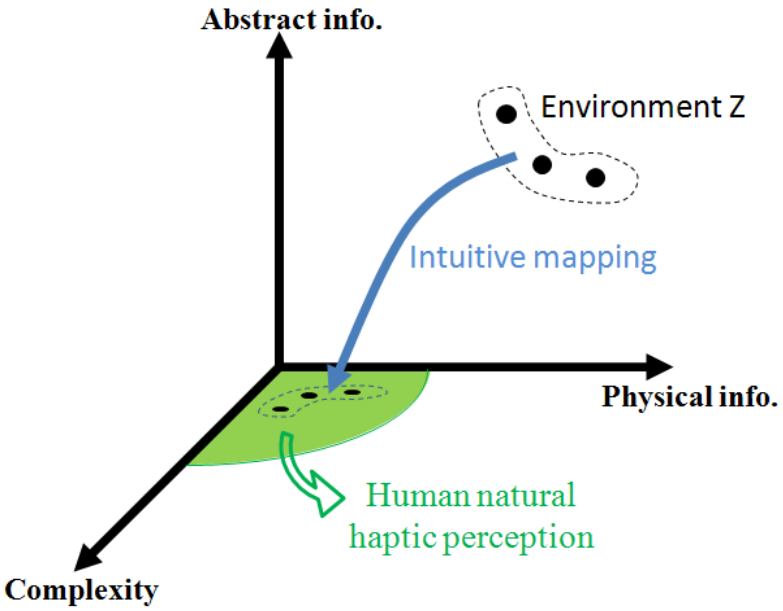


Fig.3. The intuitive mapping

To make the intuitive mapping, was proposed a framework with three steps shown in Figure 4 [5], [12], [13]. In step 1, was analyzed the information in the remote environment to extract the information in the relation with the carried out task and according to the operator's performance (execution time, trajectory). Next, in step 2, was investigated the haptic devices for possible displays. Finally, basing on the learnt information of the environment analyzed in step 1 and haptic displays investigated in step 2 was build the haptic interactions in step 3. In this step, we will apply studies about usability engineering and ergonomics.

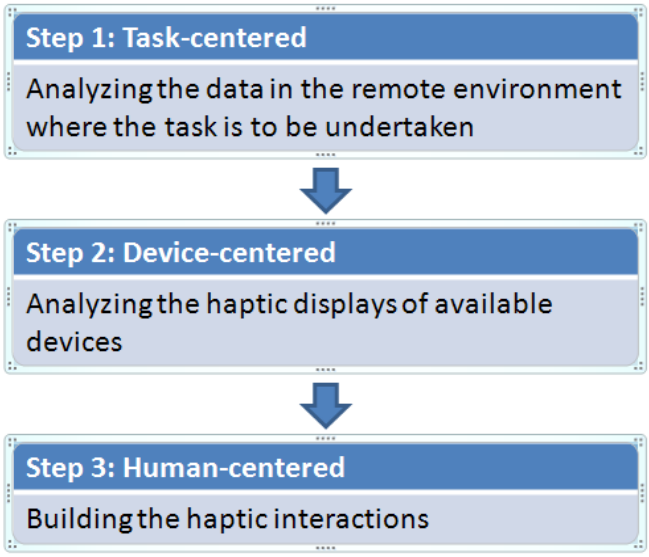


Fig.4. Three steps of the framework

Our research group on intelligent robotics and systems, GRINS has experience in human-robot scenarios. The goal of the research group is the study, evaluation and development of robotic systems based on the incorporation of perception capabilities for achieving more flexibility and a more intelligent behaviour.

As usual in most robotic systems in the services sector, in this area of research human-robot interaction is a fundamental characteristic. Based on this interaction the work going on tries to achieve the adequate synergy so as to obtain the maximum efficiency in the execution of a task. When dealing with surgery the goal is to provide the surgeon with the adequate robotized aiding tools or the precise sensor information, not available in conventional surgical procedures.

The Test-bed in Fig. 5 has been oriented to perform cutting operations. The aim is to generate several force based control strategies so that the robot behaves as an aiding tool, that is compliant when the surgeon steers it manually, acting over the tool.



Fig. 5 Test-bed for Surgery Robotics in our research laboratory

III. INTERACTION FRAMEWORK

The ergonomic guideline for haptic interface design, GEDIH guide, is a method that seeks to cover all the aspects of the interface design, in order to improve the effectives of human-computer interaction applied to haptic teleoperation. The aim is to have an available tool that helps to identify all the parameters involved in the design of a haptic interface.

In this scenario the most important part is the human sensory-motor activity, but it is also necessary to analyze the typology of the tasks to be performed. The final goal of this guideline (GEDIH) is the study of possible applications in regular laboratory conditions in order to improve the design and use of human robot haptic interfaces in telerobotics applications.

The procedure to develop one such tool is as follows:

1. Identify indicators for quality of haptic interfaces
2. Classify the possible application typologies
3. Quantify their indicator with respect to the teleoperated task
4. Report results from a heuristic evaluation of a system with the tool and
5. Discuss the validity of the heuristic tool

The GEDIH guide offers design recommendations when creating a new interface or when we want improve technical features of commercial interfaces. Also it could be applied in the field of medical robotics. The method to be followed for using the GEDIH guide is a focus group between technician and designers in order to: analyze the indicator, measure the indicator, obtain the GEDIH global evaluation index and finally offer improvement recommendations

in the interface design. After the GEDIH validation a user's experience test can be prepared.

The guideline can be structured into two parts. The first details a set of selected indicators following the heuristic methods of the experts in the Human-Computer Interaction domain. The second part shows the variety of quantitative/qualitative measures to assess the indicators to obtain a final numerical value that allows the designer to assess possible improvements in the interface, or facilitate the comparison with other haptic interfaces.

This is a second prototype of the GEDIH guideline. In order to improve the quality of the interface it is necessary to assess each indicator and include the guideline inside an objective usability framework. An experts'evaluators group (3-5 persons, for example) can fill the guideline; then the final global evaluation number is the mean value between these persons.

We have diverse possibilities: test different haptic devices by the same expert person, or test the same haptic device by a set of experts.

The indicators are divided into three groups. First group is associated with the characteristics of the human, the second one with the characteristics of physical interfaces for teleoperation, and the third one with the tactile/haptic object in teleoperation. Each indicator can be separated in several subindicators. Equation 1 calculates the numeric value of each indicator.

The groups of indicators associated with the characteristics of the human are:

-Physical representation attributes and physical perception of the object.

-Temporal representation of the object

-Spatial attributes.

The groups of indicators associated with the characteristics of physical interfaces for teleoperation are:

-Device workspace.

-Stiffness.

-Friction.

-Position sensing resolution.

-Inertia (apparent mass at tip).

-Type of control.

The groups of indicators associated with the tactile/haptic object are:

-Object identity.

-Object information.

-Operation.

This group of indicators were described in our previous research work with examples of some commercial haptic devices.

It also recognizes that these objects are often located and used within a group, rather than just used individually, and therefore involve group level operations

Figure 6 provide a detailed framework for understanding tactile and haptic objects that expands each aspect (identify, description attributes, representation attributes, and operations) into a number of specific components

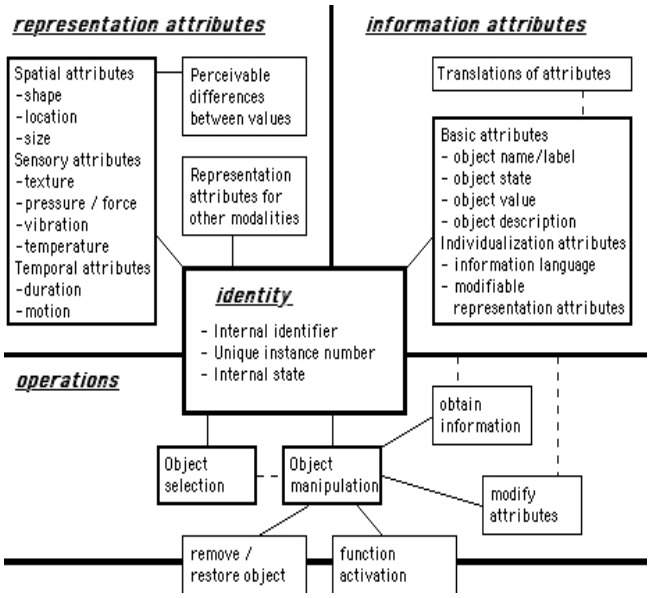


Fig. 6. Tactile/Haptic Interface Object Model.

IV. DEVICES AND TACTILE/ HAPTICS OBJECTS

The PHANTOM devices produced by SensAble Technologies, Inc.3 have been the first commercial haptic products and are still the most popular devices. They are point-based devices having from 3 to 6 degrees of freedom (DOF) and using stylus or thimble as haptic interface. The working space is rather limited, at least in the standard model, and the maximum feedback force is low (10 N). Some other similar devices have been developed like the HapticMaster device developed at the University of Tsukuba [14], actuating three fingers (see Fig 7).



Fig. 7. HapticMaster from University of Tsukuba

Rather recent more industrial oriented point-based devices are the HapticMaster produced by FCS-CS4 [15], and the VIRTUOSE device produced by Haption, (Fig. 8) [16]. The FCS-HapticMaster is a bi-directional 3 DOF I/O device. The feedback force supported is high and its working space is much larger than the one supported by most of the competitors' commercial products. That allows use of the device to develop industrial oriented application.



Fig. 8. Virtuose™ 3D15-25 from Haption

Mechanical behaviour of most solid objects in a virtual world is modelled with elastic stiffness, and many are supposed to appear rigid. In the context of virtual environments, rigidity is a perceptual notion, which requires an engineering specification, i.e., what is the stiffness required to convince a user that an object is rigid? Note that perceived rigidity depends upon not only the stiffness of the interface hardware, but whether the comparison is done among a set of virtual wall simulations or between a simulation and a real wall.

The tactile interfaces category deals with devices that produce and measure the stimulus on the operator's finger pad. These devices can be either passive or

active. To display large objects, a rolling plate in contact with the finger tip to provide the moving patterns of normal finger deformation according to exploratory movements is used. For medium objects, display is given by the Pantograph haptic device. By locally stretching and compressing the skin on the finger tip, we can display small objects shapes. Further, other haptic object attributes such as friction could be displayed using analogous approaches.

The position sensing resolution that is desired of the device depends, among other factors, upon the position resolution of the human operator. Only human joint angle resolutions that are directly related to the fingertip position are discussed. In a separate study, it was found that the Just Notable Difference (JND) of the Proximal-InterPhalangeal (PIP) and the MetaCarpal- Phalangeal (MCP) joint to be about 2.5°.

For any robotic mechanical system, such as a hand controller, there are several essential criteria for describing the system, e.g. inertia, friction, weight and backlash. However, the duality of the hand controller to drive and to be driven causes discrepancies as to from where these measures should be taken. For example, is inertia measured as seen from the actuators, or from the output device itself? Out of the devices surveyed, only the Phantom specifications defined that inertia was taken as “Inertia at the tip.

Impedance type devices are frequently used in haptics due to their excellent rendition of free-space, low cost, and convenience. The spring drive, a recently proposed alternative to the traditional current motor driver for such devices, has been shown to improve their stiffness in rigid contact by moving the haptic coupling from the digital domain to analog circuitry. Unlike the current drive, which operates the motor as a force source, the spring drive converts the motor to a motion source.

Admittance control is particularly well suited for robots with high dynamics and nonlinearities.

V. EVALUATION OF GEDIH INDICAORS

The knowledge of minimum distances between robots or objects that share a workspace enables robots to behave in a predictive way. In the human robot interaction field, virtual fixtures can be used both to prevent collisions and help the human operator by increasing his performance. In this kind of applications minimum distance and collision detection must be known in real time. A new library: Robotic Proximity Queries (RPQ) package (Giralt and Hernansanz, 2006) has been developed to deal with these requirements, using PQP (Proximity Query

Package) (UNC, 1999) as the proximity query engine. The original package has been used to optimize the queries when working with open kinematic chains, like robots. These optimizations have been done with the aim of improving the time performance of the generic package and simplifying its use in robotic environments.

This query package was use and integrated in our haptic simulations. The Figure 9 shows the integration of RPQ in general applications.

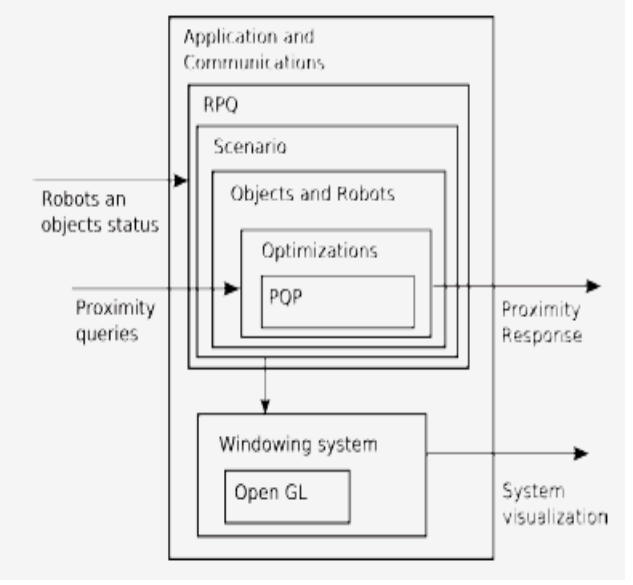


Fig. 9: Schema of integration of RPQ into a generic application.

When a collision query is performed, a low to high resolution level list of collision queries is generated. Starting with the lowest resolution level, queries are generated until any collision can be completely discarded. For instance, if a possible collision between two 6-DOF robots is studied, the first query is done between the bounding boxes of each robot. If the collision can not be discarded, then the bounding box of each link is used. If at this level collisions still can not be discarded, the geometrical models of each link are checked. As shown in Fig. 10 a Robot with its three resolution levels of representation.

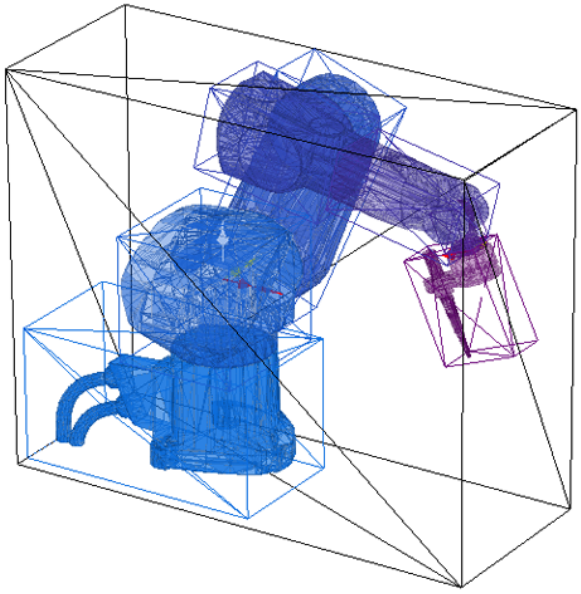


Fig.10: Robot with three resolution level representation:

The geometrical model of each link (L3), the oriented bounding box (OBB) of each link (L2) and the whole bounding box (L1).

One of the advantages of making RPQ generic (although it is optimized for robots) is that this library can be applied in a wide set of applications. One of them is a robotic assisted surgical application. This application has the aim of helping the surgeon to make a cut on a rigid tissue, for example in the cranium, avoiding undesired collisions between the patient and the driller. The surgeon guides freely the driller that is held by the robot acting in a passive mode as seen in Fig. 11, allowing all movements except those which produce undesired collisions. The system is composed by a Staubli RX60B robotic arm and a driller. Between the robot and the driller there's a ATI Multi-Axis Force/Torque Sensor. The system transforms forces and torques generated in the driller by the surgeon in new destination points were the robot must go.

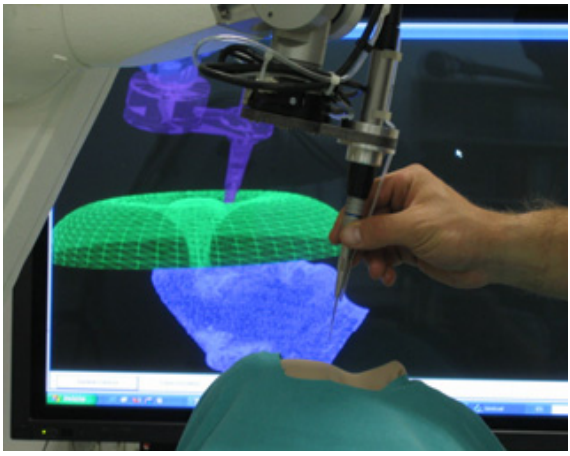


Fig. 11: Robotic assisted surgical application.

Before experimental work in the laboratory a simulation with a haptic interface was done. The simulation can help researchers in order to test scenarios without abnormal situation management and in the qualitative evaluation of some indicators of the GEDIH guideline. A Phantom Omni from Sensable and OpenHaptics Software Developing kit was used for a programming the haptic rendering. Fig. 12 shows one example of a material properties (stiffness, friction, lightness) simulation for different haptic objects.

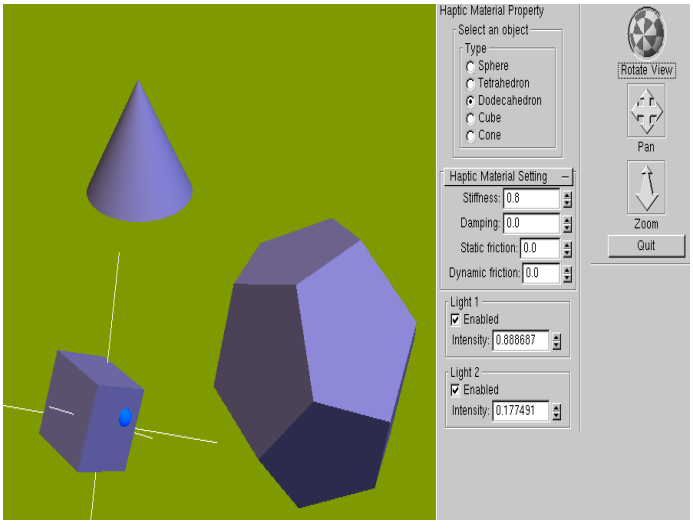


Fig. 12. Haptic Material properties simulation with a graphic interface

Fig.13 shows a haptic simulation of a virtual robot colliding with a plane and another object. In this simulation a Phantom Omni from Sensable and OpenHaptics Software Developing kit with the RPQ library was used.

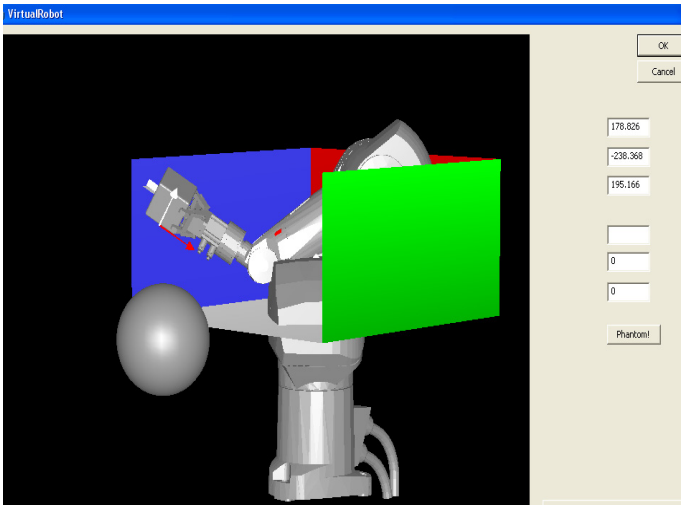


Fig. 13. Virtual Robot haptic simulation

In the followings lines the theoretical global evaluation of the GEDIH guideline is explained. The first step is to obtain the indicators value, and then final global value in equation 2.

Each of the indicators of Table 1 can be decomposed into several sub-indicators. The indicators are applied to the PHANTOM Omni device from Sensable. For example, the use of the physical representation indicator can be detailed in: texture, forces, pressure perception, vibration, hardness. For each sub-indicator it is recommended to be rated numerically on a scale of 0 to 5.

$$Value\ _indicator\ = \frac{\sum_{J=1}^{J} Sunind}{J} \qquad (1)$$

where, Subind= subindicator.

In the PHANTOM device example the number of sub-indicators of indicator physical representation is J = 5. The average value given by this equation with these values is 3,8.

Each of the indicators of Table 1 is measured on a scale of 0 to 5.

The expert at this point has specific information on the indicator, so you can assess the needs for improvement.

The values of the indicators can be grouped so that the guide provides an overall assessment interface and can be compared with others. The overall assessment is expressed on a scale of 0 to 5. Given the complexity of human-robot tasks and the fact that an inefficient design of the interface can induce human error, the overall evaluation of a monitoring interface should be at an initial value of 3-4 and propose improvement measures to close to 5.

$$Global_evaluation = \frac{\sum_{i=1}^{11} p_i ind_i}{\sum_{i=1}^{11} p_i} \quad (2)$$

where, ind = indicator and p = weight.

In our case all indicators have the same weight so $p_1 = p_3 = \dots p_{11}$

Listed below are the primary elements of the interface to analyze (corresponding primarily with the steps of the newly proposed methodology). Coupled with them are mentioned some of the features to be assessed for each.

PHYSICAL REPRESENTATION OF THE OBJECT

Evaluate perception of texture of the tactile/haptic object displayed by the device.

Evaluate perception of forces displayed by the device.

Evaluate the significant level of vibration.

Evaluate the pressure distribution

TEMPORAL REPRESENTATION OF THE OBJECT

Verify the duration of a tactile/haptic object is enough to perceive the user the changes.

Verify the acceleration, orientation velocity of a tactile/haptic object can be perceive and displayed.

SPATIAL ATTRIBUTES

Verify the spatial attributes like shape, location, and size exists for visual/graphic forms of interaction.

DEVICE WORKSPACE

Evaluate the device working space in not limited for the application.

STIFFNESS

Evaluate the stiffness required to convince a user that an object is rigid

POSITION SENSING RESOLUTION

Evaluate the position sensing resolution that is desired of the device with the position resolution of the human operator.

TABLE 1: GEDIH INDICATORS OF THE PHANTOM INTERFACE

Name_indicator and name_subindicator	**Numérical range /quelitativ and numerical value**	
Physical representation/characteristics	**3,8**	
Perception of texture.	[a, m, na] [5, 3, 0]	5
Perception of forces.	[a, m, na] [5, 3, 0]	3
Significant level of vibration.	[a, m, na] [5, 3, 0]	3
Perception of pressure distribution.	[a, m, na] [5, 3, 0]	3
Perception of hardness, deformation, rigidity.	[a, m, na] [5, 3, 0]	5
Temporal representation/characteristics	**5**	
Duration of a tactile/haptic object.	[YES, NO] [5, 0]	5
Acceleration, orientation velocity.	[YES, NO] [5, 0]	5
Spatial attributes	**5**	
Spatial attributes like shape, location, and size exist.	[YES, NO] [5, 0]	5

Device workspace	**3**	
Device working space is not limited due to application.	[a, m, na] [5, 3, 0]	3
Stiffness	**5**	
Stiffness required convincing a user that an object is rigid.	[YES, NO] [5, 0]	5
Position sensing resolution	**3**	
Position sensing resolution that is desired.	[a, m, na] [5, 3, 0]	3
Inertia (apparent mass at tip)	**5**	
Evaluate the tip inertia.	[a, m, na] [5, 3, 0]	5

a appropriate, m middle, na not appropriate.

TABLE 2: GEDIH INDICATORS (CONT.)

Name_indicator and name_subindicator	**Numérical range /quelitativ and numerical value**	
Object information	**5**	
Identify object to interact.	[c, m, nc] [5, 3, 0]	5
Information about the state.	[c, m, nc] [5, 3, 0]	5
Data that is a textual representation.	[c, m, nc] [5, 3, 0]	5
Object identity	**3**	
Uniquely identifies the functionality.	[c, m, nc] [5, 3, 0]	3
Combination of the object's internal identifier and a unique instance number.	[c, m, nc] [5, 3, 0]	3

Operation.	**5**	
Object selection.	[YES, NO] [5, 0]	5
Object Manipulation	**5**	
Object manipulations such as obtaining (outputting) information.	[YES, NO] [5, 0]	5
Modifying (inputting) attributes of the tactile objects.	[YES, NO] [5, 0]	5
Activating processing functions.	[YES, NO] [5, 0]	5
Removing the object from/restoring the object to the interface.	[YES, NO] [5, 0]	5

c clear, m middle, nc not clear

INERTIA (APPREMENT MASS AT TIP)

Evaluate the tip inertia.

OBJECT INFORMATION

Verify that can be used by the user to identify and (or interact with and object.

Evaluate the information about the state.

Evaluate that contain data have an object value that is a textual representation.

OBJECT IDENTITY

Verify the spatial attributes.

Verify uniquely identifies the functionality that the tactile/haptic object represents.

Verify identified by a combination of the object's internal identifier and a unique instance number.

OPERATION

Verify an object selection as a separate operation in recognition of its common prerequisite to other operations.

OBJECT MANIPULATION

Verify the tactile/haptic object manipulations such as obtaining (outputting) information.

Verify modifying (inputting) attributes of the tactile objects.

Verify activating processing functions.

Verify removing the object from/restoring the object to the interface.

The SensAble Technologies PHANTOM® product line of haptic devices makes it possible for users to touch and manipulate virtual objects. The PHANTOM Omni mode is the most cost-effective haptic device available today. The GEDIH global evaluation of this interface is 4.3. There is no problem in the allocation between the GEDIH indicators and the PHANTOM technical features. Then, the GEDIH guideline shows the quality of the PHANTOM interface taking into account numerical values of the features and permits us to apply the guideline to other commercial interface or create new interfaces following the GEDIH recommendations.

VI. CONCLUSIONS

The guide GEDIH is an approach that attempts to fill a methodology gap which combines the efforts of systems engineering and human factors to improve the effectiveness of human-robot interaction in teleoperation systems.

In this paper, we present an ergonomic haptic interface design guideline to transform virtually the remote environment to present to the operator nature-like haptic interactions for teleoperation systems. It is based on human factors, interface design and human-robot interaction to improve the haptic interface design in teleoperation.

This guideline integrates physiological studies and technical interfaces features and presents a method to project the remote environment in the intuitive perception space.

In order to reduce the subjective assessment it is necessary to have a set of 15-20 evaluators. Each evaluator can apply the GEDIH guideline in the study of a haptic interface. Then, the mean value of these evaluations is more objective following the ideas of the usability experts in human computer interaction domain. In the opinion of the authors, the framework is systematic although it is necessary to assess the criterion, the number of indicators and how to measure each indicator in order to obtain objective metrics useful for the engineering community. Then, experimental sessions in our laboratory are the future step in our research.

The evaluation of the indicators was done on a haptic device interface Phantom from Sensable Technology. For sure there can be added some others indicators but we consider the presented as a basic approach for the interface evaluation and the ergonomic validation of the GEDIH guideline.

The outlook for this study is applying the guideline and carrying out the experiments for specific medical teleoperation tasks in order to improve the use of haptic interfaces.

The future work is to apply this guideline to the tasks and study the human performance of the task: in execution time, precision, trajectory of the manipulation, and the comfort, fatigue, satisfaction of the operator.

КООПЕРАЦИЈА ЧОВЕК-РОБОТ КОРИСТЕЈЌИ ФИЗИЧКИ ИНТЕРФЕЈС И ОБЈЕКТ ЗА МАНИПУЛАЦИЈА СО ХАПТИЧКА ПОВРАТНА ИНФОРМАЦИЈА

Апстракт - Главната цел на овој труд е студија на интеракција човек-робот со хаптички водич фокусиран на односот помеѓу човекот и задачата на роботот, употребата на физички интерфејс и објектот на манипулација. За оваа цел преставен е водич составен од множество на хеуристички индикатори и квалитативна евалулација на истиот. Со цел да се оцени ергономската валидност на овој водич презентирана е апликација која користи добро познат хаптички интерфејс. Крајната цел на нашето истражување во овој труд е изработка на студија на можни апликации во лабараториски услови, со цел да се подобри дизајнот и употребата на хаптичкиот човек-робот интерфејс во телероботските апликации.

Клучни зборови – дизајн на хаптички интерфејс, интеракција човек-робот, хируршки апликации, телеоперација.

References

[1] Robles-de-la-Torre, Gabriel. 2006. The Importance of the Sense of Touch in Virtual and Real Environments. IEEE Multimedia. Vol. 13, No. 3, pp. 24-30. Jul-Sept, 2006.

[2] Kelly S. Hale, Kay M. Stanney. 2004. Deriving Haptic Design Guidelines from Human Physiological, Psychophysical, and Neurological Foundations. IEEE Computer Graphics and Applications, vol. 24, no. 2, pp. 33- 39, Mar/Apr, 2004.

[3] V. Hayward, O. R. Astley, M. Cruz-Hernandez, D. Grant, and G. Robles-De-La-Torre. 2004. Haptic Interfaces and Devices. Sensor Review, vol. 24:1, pp. 16-29, 2004.

[4] Okamura, A. M. 2004. Methods for haptic feedback in teleoperated robot-assisted surgery. INDUSTRIAL ROBOT, 2004, VOL 31; NUMBER 6, pages 499-508.

[5] Allerkamp, D., Böttcher, G., Brady, A., Qu, J., Summers, I. and Wolter, F.-E. 2005. Tactile Rendering: A Vibrotactile Approach. Proceedings of the HAPTEX'05 Workshop on Haptic and Tactile Perception of Deformable Objects, Hanover, December 2005.

[6] Ferreira, A., Mavroidis, C. 2006. Virtual reality and haptics for nanorobotics. IEEE Robotics Automation Vol 13 N° 03, September 2006 Page(s): 78- 92.

[7] Xunzhang Wang; Seet, G.G.L.; Lau, M.W.S.; Low, E.; Tan, K.C. 2000. Exploiting force feedback in pilot training and control of anunderwater robotics vehicle: an implementation in LabVIEW. OCEANS 2000 MTS/IEEE Conference and Exhibition. Volume 3, Issue , 2000 Page(s):2037 – 2042.

[8] Nahvi A., Nelson D.D., Hollerbach J.M., Johnson D.E.1998. Haptic manipulation of virtual mechanisms from mechanical CAD designs. Proceedings of the 1998. IEEE. International Conference on Robotics. &. Automation.

[9] Bardorfer, A.; Munih, M.; Zupan, A.; Primozic, A. 2001. Upper limb motion analysis using haptic interface. IEEE/ASME Transactions on Mechatronics. Volume 6, Issue 3, Sep 2001 Page(s):253 - 260.

[10] Richard Lee Thompson. 2001. The Integration of Visual and Haptic Feedback for Teleoperation. DPhil Thesis, University of Oxford, 2001.

[11] Fok, L.M.; Liu, Y.H.; Li, W.J. 2004. Haptic Sensing and Modeling of Nanomanipulation with an AFM. ROBIO 2004. IEEE International Conference on Robotics and Biomimetics. Volume , Issue , 22-26 Aug. 2004 Page(s): 452- 457.

[12] Kay M. Stanney, Mansooreh Mollaghasemi, Leah Reeves, Robert Breaux, David A. Graeber. 2003. Usability engineering of virtual environments (VEs): identifying multiple criteria that drive effective VE system design. International Journal of Human-Computer Studies archive, Volume 58 , Issue 4 (April 2003) Pages: 447 - 481.

[13] Swindells, Colin, Smith, Jocelyn D., and MacLean, Karon E. (2005) An Exploration of Representations to Aid Design of Haptic Behaviours. In Proceedings of Conference on Human, Factors in Computing Systems (CHI) Workshop -- Hands-on Haptics: Exploring Non-Visual Visualization Using the Sense of Touch, ACM Press, pp. 5-8.

[14] HapticMaster (2010) V.R. Lab. Tsukuba University. In URL: http://intron.kz.tsukuba.ac.jp/hapticmaster/hapticmaster_e.html

[15] Pham H, Ammi M, Fontaine J and Bourdot P (2008) A framework for building haptic interactions for teleoperation systems. In. Proc. of the Ambi-Sys workshop on Haptic user interfaces in ambient media systems, Quebec City, Canada

[16] Haption (2019) InURL: http://www.haption.com/site/index.html

004.421.04:519.168

PhD Student, **Petar ADAMOVSKI**[1]

PARALLEL PROCESSING OF COMBINATORIAL OPTIMIZATION PROBLEM

Abstract:

The paper suggests parallel algorithm for solving combinatorial optimization problem based on A* search algorithm in the solution state space. The specific problem under investigation is Sam Loyd's puzzle. The parallel computational model is based on the parallel programming paradigm "divide and conquer" and utilizes logical ring of the parallel working processes. Search optimization is suggested based on periodically circulating token message between the processes carrying local best heuristics of each process sent to its neighbor in the ring. Flat parallel programming implementation of the suggested computational model is developed and the parallel performance is experimentally evaluated. Speedup and efficiency parameters are calculated to examine scalability in respect to the application workload and the multicomputer size.

Key words: combinatorial search, puzzle, discrete optimization problem, priority queue, flat, parallel programming models.

1. Introduction

Combinatorial search algorithms solve discrete optimization problems aimed at finding one or more optimal solutions in a given problem area (Dechter R., J. Pearl, 1985, pp.505-536). The discrete optimization problem is solved by evaluating candidate solutions from a finite or countable infinite set of possible solutions to find these satisfying a problem-specific criterion. Sequential search algorithms involve search in a state space of the possible solutions that can be represented as a graph or a tree with the initial problem being a tree root or a graph node. For many problems unfolding increases the size of the search space by a small factor (Koip P., 2005). There are different algorithms for solving digital optimization problems formulated as a tree-search or graph-search problems:

[1] Technical University of Sofia,Faculty of Computer Systems and Control,
8 Kliment Ohridski, 1000 Sofia, Bulgaria, e-mail: padamovski@yahoo.com

divide and conquer, backtrack search, branch and bound search, alpha-beta pruning, mini-max search (El-Ghazali Talbi et al, 2006). The tree depth and tree branching depend on the specifics of the problem being solved. Finding of the optimal solution(s) by combinatorial search often requires examining an enormous amount of possible solutions. The search space and search time can grow exponentially with increase of the problem size.

Parallel processing is very important nowadays because using more than one processor at a time can greatly increase the speed of finding the solution. Combinatorial search algorithms can be efficiently parallelized by implementation of parallel search in the state space of possible decisions for finding the optimum (McKeown G. et al, 1992, El-Ghazali Talbi et al, 2006). Combinatorial search in parallel naturally involves the simultaneous expansion of different portions of a search space (Borovska P., 2006, Huang S., L. Davis, 1989, pp.23-29).

The paper suggests parallel algorithm based on sequential A* algorithm. The specific problem under investigation is a combinatorial search problem of Sam Loyd's puzzle. The parallel computational model is based on the parallel programming paradigm "divide and conquer" and utilizes logical ring of the parallel working processes. Search optimization is suggested based on periodically circulating token message between the processes carrying local best heuristics of each process sent to its neighbor in the ring. Flat parallel programming implementation of the suggested computational model is developed and the parallel performance is experimentally evaluated. Speedup and efficiency parameters are calculated to examine scalability in respect to the application workload and the multicomputer size.

2. Combinatorial search algorithms for discrete optimization problem

A discrete optimization problem (DOP) is described by a tuple (S, F) where:

– S is the set of feasible solutions that satisfy some constraints;

– f is a cost function:

$$f: S \rightarrow \Re \qquad (1)$$

The goal is to find feasible solution x_{opt} such that:

$$f(x) \leq f(x_{opt}) \text{ for all } x \in S \qquad (2)$$

A DOP can be formulated as follows:

- construct a graph with states representing nodes(x) and edges representing the changes in x;
- determine the path that gives minimal cost from an initial node to one feasible goal node.

The cost function *f* is defined as a function to calculate the cost for traversing the edges in the graph.

Sam Loyd's puzzle is a sliding puzzle that consists of a grid with numbered tiles one of which is missing and the labels are jumbled up. The goal is to un-jumble the tiles so that they are row major ordered with the missing tile at the lower right corner by repeatedly making moves to slide tiles vertically or horizontally into the empty space. The optimization task for solving the Sam Loyd puzzle can be formulated as follows: find the solution that requires minimum number of tile moves, i.e. find shortest possible sequence of moves from an initial jumbled state to final ordered state.

The state space tree of the Sam Loyd's puzzle presents the board positions that can be reached from the initial position. Taking into consideration that the goal is to examine as few alternative moves as possible a weight is associated with each state, denoting the minimum number of tile moves made so far. The weight function adds the number of tile moves made so far to the Manhattan distance between each out-of-place tile and its correct location. The Manhattan distance between two points is the shortest path between these points in case all movements should be in horizontal or vertical directions only.

3. A* Search algorithm

A* is a state space search algorithm. It is applied when some partial knowledge of the structure of the search space is available and can be applied to guide the search. The algorithm improves best first search algorithm, which is one improved variant of the breadth-first search algorithm. A* evaluates all possible transitions from the current state and ranks them on the basis of the partial knowledge of the state space structure giving higher rank to transitions that look promising in relation to the goal. The algorithm then examines only the transitions with highest rank.

A heuristic is a rule used to calculate an estimation of how much one current node is closer to the goal. Priority queue is used for effective choice of the best node to be examined at next step of the algorithm.

*A** search algorithm is using the cost function defined as follows:

$$f(x) = g(x) + h(x) \qquad (3)$$

where:

$g(x)$ – the cost to reach the current node x from the initial node (*depth*);

$h(x)$ – the cost to reach a goal node through the current node x *(heuristic function)*;

Instead of the above heuristic rule, breadth-first search is estimating only by:

$$f(x) = g(x) \qquad (4)$$

If $h(x)$ can be estimated then $f(x)$ gives the lower bound for the cost to reach a goal state via node x.

Manhattan distance is an admissible heuristic for Sam Loyd puzzle. The distance between node (i, j) and node (m, n) is given as:

$$| i - m | + | j - n | \qquad (5)$$

The Manhattan distance of one tile is calculated as the number of moves that would be required to move that tile to its goal location if it could move over any of the other tiles. The Manhattan heuristic is defined as the sum of the Manhattan distances for all tiles from the initial position on the board that gives the minimal numbers of moves to reach the goal state. This heuristic is applied in order to optimize the optimal solution search in the state space.

The main characteristics of the A* search algorithm are as follows:

- works with two lists: open and closed;
- an open priority queue is used to store the already generated but still unexpanded nodes; the nodes in the open priority queue are sorted by the value of function f in increasing order;
- a closed list for expanded nodes.

Initially the first node is placed in the open list and the closed list is empty. At each step of the algorithm the most promising node in the open priority queue (the first node) is expanded and placed in the closed list. Each successor is placed in the open list if:

- it is not already in the open or closed lists, or
- it is already in the open or closed lists but has better value of the function f (lower bound).

A search strategy determines the order of examining the unexamined sub-problems. During the search the portions of the state space tree that contain the most promising moves is first explored. The search continues with the node having the smallest heuristic function value. If two or more nodes have the same value then the node farthest from the root of the state space tree is first examined. If there are two or more nodes with the same functions value and the distances from the root, we just pick one arbitrarily.

4. Parallel Computational Model

The suggested parallel computational is based on divide-and-conquer parallel programming paradigm. The state space is divided among the available concurrent processes and all of them work on different nodes simultaneously. Each

concurrent process maintains its own open priority queue of unexamined sub-problems and a closed list of examined sub-problems as in the sequential algorithm. The processes are organized in a logical ring topology and a token message periodically circulates among them in order to optimize the search and detect termination of the parallel search (fig.1).

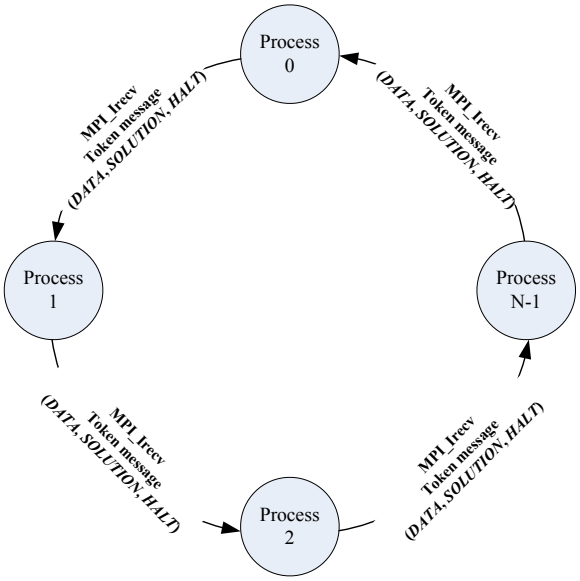


Fig.1. Parallel computational model

The flag of the token message describes its content and the activities that the receiving process has to undertake.

Flag *DATA* describes the token message as carrying a local best heuristic value in the priority queue of the sending process. The purpose of periodical exchange of the local best unexamined values is to avoid examining of states that will not lead to the optimal solution. Each process sends its local best heuristic value to the next process in the ring (fig.2).

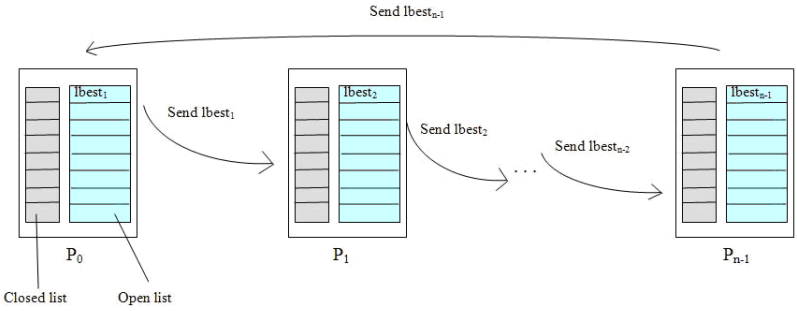


Fig.2. Periodically circulating token message

When a process has received a token message with flag *DATA* it puts the received value in its local priority queue and continues searching the solution with examining the most promising node i.e. the first element in the queue.

Flag *SOLUTION* describes the token message as carrying a solution. The sequential A* algorithm using single priority queue always finds the optimal solution first.

In order to ensure that the parallel search will lead to finding the optimal solution it is necessary to verify that the local solution found at a given process is a global best solution. For that reason when a solution is found at process P_i the process sends the solution heuristics value in the token. The token message has also additional field TTL used to set the "time of living" of solution i.e. count of the number of processes that have to accept the solution as better then their local solution in order to set it as global optimum.

When a process P_j receives a message with a flag *SOLUTION* it performs the following activities:

- Checks if there is a better local solution from the received global value;
- If there is better local solution then the field TTL is set to *n-1*;
- If there isn't find a local solution then the best local node heuristic f_{loc} is compared with the global one f_{glob};
- Sends a token message to the next process in the ring $P_{(j+1) \bmod n}$ with flag *SOLUTION*, the best local unexamined node, the global solution and the relevant *TTL* value.

Termination of the search occurs when a local solution is found by any of the concurrent processes and is verified that no better solution exists. When a process P_i receives a token with flag *SOLUTION* and *TTL=0* it immediately sends a termination message to the next process in the ring with a flag *HALT*. When process P_j receives a token with flag *HALT* it immediately sends termination message to the next process in the ring and itself terminates. This continues until termination of all processes. The termination message with a flag *HALT* also carries the global best solution and when a process P_0 gets a message with flag *HALT* it displays the solution (fig.3).

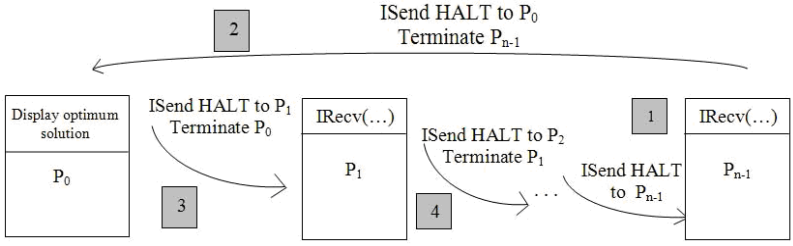


Fig.3. Termination of the parallel search

The period of circulation of the token message depends on the size of the problem solved. For small puzzles if the period is bigger there is higher probability that some of the processes will perform redundant search so period of initiating new token message should be smaller. The bigger the puzzle size the larger period can be used because small periods will lead to communication overhead without providing the expected performance improvement by comparing local best values with that of the other concurrent processes.

5. Parallelism Profiling and Performance Analysis

Experimental evaluation of the suggested parallel computational model for solving Sam Loyd puzzle is executed on a multicomputer platform comprising ten workstations (Intel Pentium IV 3.2GHz, 1GB RAM, hyperthreading) interconnected via 100Mbps Full Duplex switch. Flat parallel programming model is implemented using Microsoft Visual Studio 2005 and MPI library MPICH2.

Gantt's chart and histogram of the communication transactions for the flat parallel model executed on 10 processors are shown in fig.4 and fig.5 respectively.

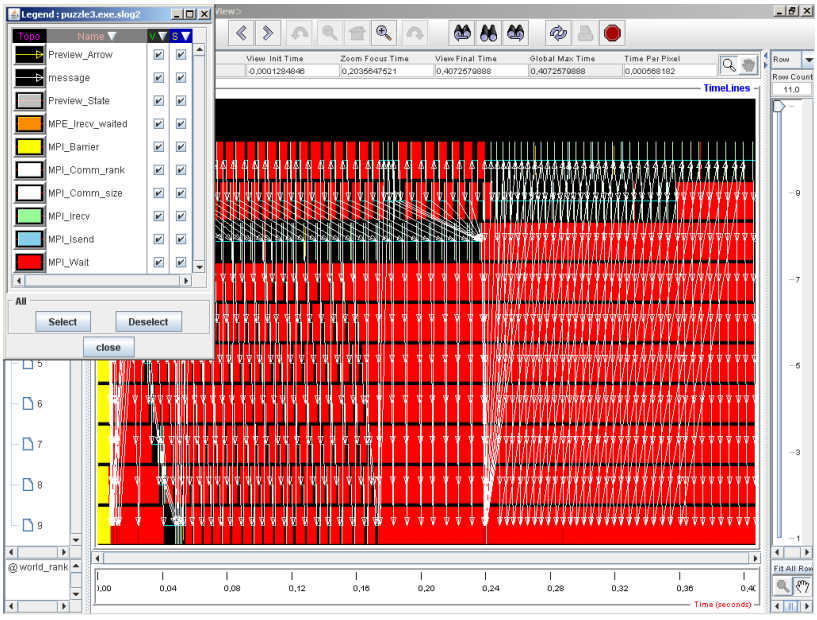


Fig.4. Gantt's chart of parallel program for solving Sam Loyd puzzle

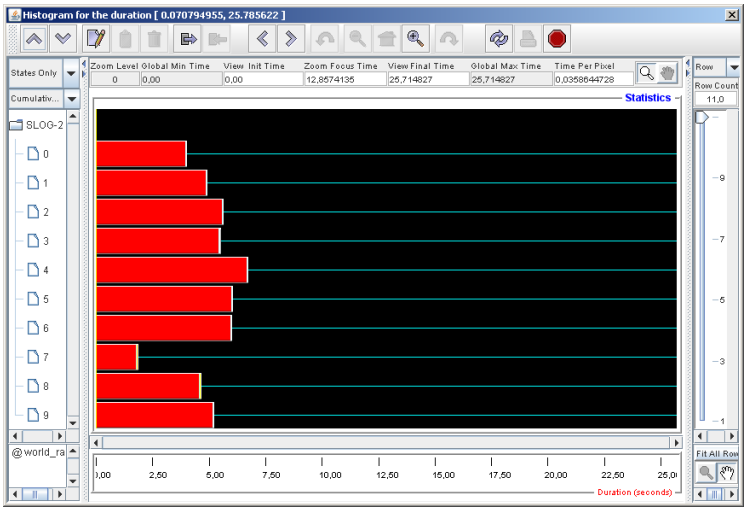


Fig.5. Profiles of communication transactions of parallel program for solving Sam Loyd puzzle

Fig.6 represents part of the Gantt's chart showing periodically circulating token message in the ring topology.

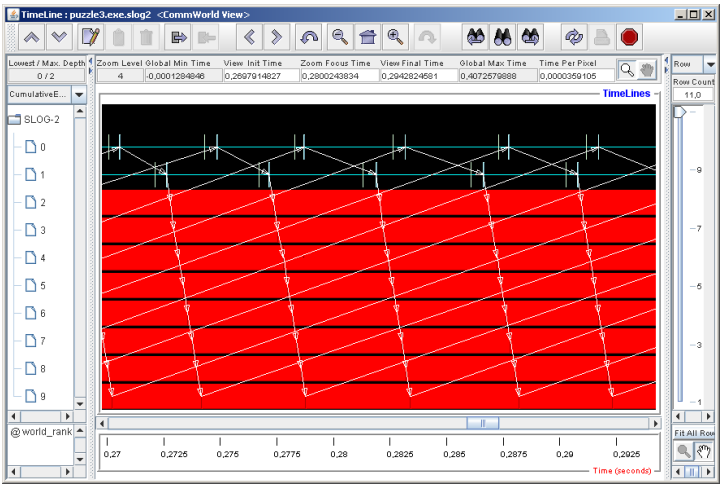


Fig.6. Communication of the token between the parallel processes

The experimental results for speedup and efficiency obtained for the flat programming model are presented in fig.7 and fig.8 respectively.

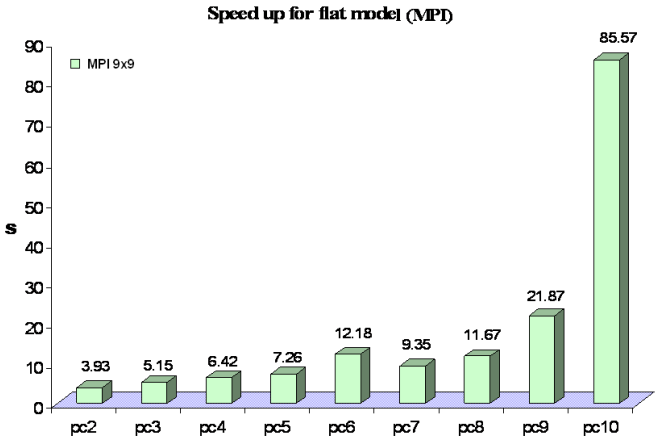


Fig.7. Super-linear speedup of MPI parallel programming model for solving Sam Loyd puzzle

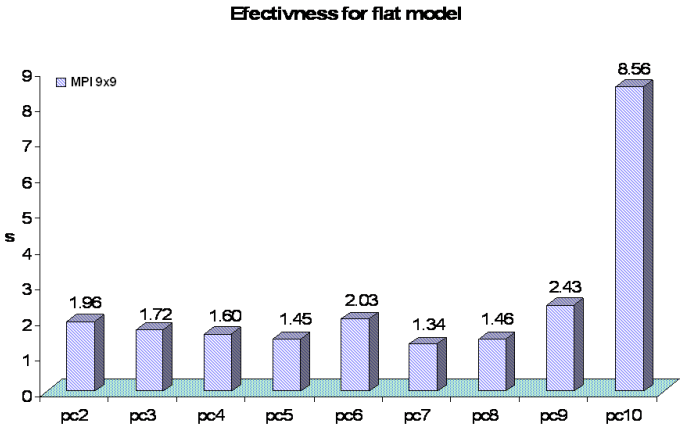


Fig.8. High efficiency of MPI parallel programming model for solving Sam Loyd puzzle on 10 PCs

As can be seen the flat programming model lead to good speedup of the parallel computations with superlinear values for bigger multicomputer size that can be explained by the dynamic distribution of the solution state space tree among the processors and the periodical exchange of the local best solutions among each other in the logical ring. Moreover, the communication overhead due to the token message circulation is small enough and scale well both in respect to the multicomputer size and the parallel workload depending on the puzzle size and its initial state.

5. Conclusion

The paper suggests parallel algorithm for solving combinatorial optimization problem using A* search algorithm in the solution state space. The specific problem under investigation is a Sam Loyd's puzzle. The parallel computational model is based on the parallel programming paradigm "divide and conquer" and utilizes logical ring of the parallel working processes. Search optimization is suggested based on periodically circulating token message between the processes carrying local best heuristics of each process sent to its neighbor in the ring. Flat parallel programming implementation of the suggested computational model is developed and the parallel performance is experimentally evaluated. Speedup and efficiency parameters are calculated to examine scalability in respect to the application workload and the multicomputer size.

The results show very good performance of the parallel computations that are committed to the suggested parallel optimization techniques and on A* search algorithm.

ПАРАЛЕЛНО ПРОЦЕСИРАЊЕ НА КОМБИТАРНИ ОПТИМИЗАЦИСКИ ПРОБЛЕМИ

Апстракт: Овој труд предлага паралелен алгоритам за решавање комбинаторни оптимизациски проблеми базиран на А* алгоритмот за пребарување во просторот на можни решенија. Проблемот кој го анализираме е загатката на Sam Loyd. Моделот за паралелни пресметки е базиран на парадигмата за паралелно програмирање "раздели и владеј" и користи логички прстен од паралелни работни процеси. Предлагаме оптимизација на пребарувањето базирана на периодично циркулирана порака меѓу процесите со која се испраќа локално најдоброто решение од еден процес до неговиот сосед во прстенот. Изработена е имплементација со паралелно програмирање на предложениот пресметковен модел, а перформансите се експериментално проценети. Забрзувањето и ефикасноста се пресметани за да се испита скалабилноста во однос на апликативното оптоварување и големината на мултикомпјутерот.

Клучни зборови: комбинаторно пребарување, дискретни оптимизациски проблеми, приоритетни редови, модели за паралено програмирање.

References:

1. Borovska P., Parallel Combinatorial Search on Computer Cluster: Sam Loyd's Puzzle, International Conference on Computer Systems and Technologies - CompSysTech'06, 2006.
2. Dechter R., J. Pearl, Generalized best-first search strategies and the optimality of A*, Journal of the ACM, Vol.32, No.3, 1985, pp.505÷536.
3. El-Ghazali Talbi, et. al, Parallel Combinatorial Optimization, John Wiley & Sons, 2006.
4. Huang S., L. Davis, Parallel Iterative A* search: An Admissible Distributed Heuristic Search Algorithm, Proc. of the 11th International Joint Conference on Artificial Intelligence, 1989, pp.23÷29.
5. Koip P., Parallel Algorithms for Combinatorial Search Problems, University of Massachusetts, 2005.
6. McKeown G., V. Rayward-Smith, S. Rush, Parallel Branch-and-Bound, in "Advanced Topics in Computer Science", Blackwell Scientific Publications, Oxford, UK, 1992, pp.111÷150.

НАЦИОНАЛНОТО ТВОРЕШТВО КАКО БЕЗВРЕМЕНА ДИЗАЈНЕРСКА ИНСПИРАЦИЈА

747 : 72.05

Проф. д-р **Мирче КОКАЛЕВСКИ**

ПРИМЕНА НА АМБИЕНТАЛНОСТ, СИМБОЛИКА И УРБАНИТЕТ ПРИ ПРОЕКТИРАЊЕ НА ВНАТРЕШЕН ПРОСТОР

Апстракт

Основна тематика во овој труд претставува третманот на релациите на елементите како сегменти на потсистемите, а во рамките на системот на уредување на ентериер. Од големиот дијапазин на релации на елементите, во трудот се елаборираат неколку карактеристики на релациите на елементите при организација на ентериерот, со примена на амбиенталност, симболика и урбанитет. За секоја карактеристика се третираат основните релации на елементите и нивната примена во ентериерот. Амбиенталноста се применува за нагласување на некоја специфичност при организирање на внатрешен простор. Симболиката е присутна при оформување на внатрешен простор за означување на пораката што ја има композицијата на внатрешниот простор, со широк дијапазон на применети елементи. Во истражувањето се третираат карактеристиките на урбанитетот како особина на урбаните простори кои во внатрешниот простор се применува да се нагласи непосредната поврзаност на внатрешниот и надоворешниот простор. Со примена на комбинации на различни релации на елементите можат да се креираат различни солуции и квалитети на организирање на внатрешен простор, во кој се одвиваат виталните активности на човекот.

Клучни зборови: *релации, елементи, амбиенталност, симболика, урбанитет.*

ВОВЕД

Истражувањето претставува придонес кон третирањето на проблематиката на релациите на елементите кои треба да се потенцираат при изработка на дизајн проекти за ентериер. Во основа, системите содржат потсистеми, во нив има елементи кои се највиталниот дел на системот и кои ја определуваат основата на функционирање на системот во целина. При исти елементи (број, големина, карактеристики), а со различна нивна поставеност - поврзување, соодноси, се добиваат различни ефекти на функционирање на системот во целина.

Согледувањето на различните релации на елементите го утврдува карактерот на системот. Се нагласува големиот квантум на дефиниции за системите (постојат повеќе од 300 дефиниции за поимот систем, според Т. Кралев [1]), во зависност од научните погледи на авторите, но во основа на дефинициите се елементите и поврзаноста во единствена целина, поврзана за одвивање на одредена активност. Системот подразбира финкционирање, ред, воедначени постапки, поврзаност. Во спротивно, има неред, невоедначени постапки, неповрзаност, што предизвикува несигурност, субјективност, случајност, импровизација. Човекот претставува пример за комплексно функционирање на системот.

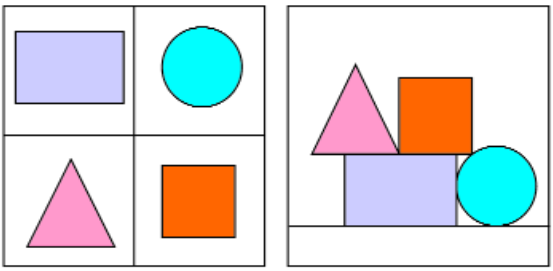
Целината е суштина на системот. Системот е составен од повеќе делови, групации и елементи, што во потполност соодветствува со внатрешниот простор. Се работи за адекватна поврзаност на елементите, која најмногу одговара на функционирањето на целината на внатрешниот простор. Функционирањето на системот е вистинскиот предизвик за истражување, да се утврди оптималната поврзаност на составните елементи, за да се добие таква целина која ќе функционира ефикасно. Тоа е појдовниот креативен мотив кој секогаш егзистира при уредувањето на внатрешниот простор и од поставеноста и поврзаноста на елементите во просторот, ќе зависи и функционирањето на внатрешниот простор во целина. Од начинот на поврзаноста на елементите зависи и квалитетот на системите, а тоа е особина и на внатрешниот простор.

Проектирањето и проектот во основа се креативни процеси и содржини, фундирани на истражувачки дух, искуство и професионален пристап на авторот, за создавање квалитетен концепт за уредување на внатрешен простор, како и за други простори, а тоа е заправо целината на системскиот пристап кон проблематиката на проектирањето на просторот.

АНАЛИЗА НА ПРОБЛЕМАТИКАТА

Од широкиот дијапазон на примена на процесот на проектирање, во ова истражување се третира аспектот на уредување на внатрешниот простор, во рамките на волуменот на објектот утврден со конструкцијата и со конструктивните елементи, како архитектонски простор. Конструкцијата го оформува волуменот на објектот, а предмет на проектирање е волуменот согледан одвнатре, односно внатрешниот простор ограничен со архитектонски елементи како ѕидови, прозорци, врати, подови и плафони. Во рамките на внатрешниот волумен се врши проектирање на уредувањето на внатрешните простори.

1. Кралев, Т.: *Теорија на системи на информациите и на информативните системи* , стр. 36



При презентирање на решението, во рамките на проектот се назначуваат најбитните аспекти на солуцијата со сите нејзини квалитети кои треба да се нагласат во проектот. Во проектите се нагласува спојувањето на елементите, во зависност од предметот на проектирање. Елементите (без разлика на карактерот на елементите) базично можат да бидат со правоаголна, квадратна, триаголна и кружна форма, кога се работи за тродимензионални форми, односно призма, пирамида и топка, ако се однесува на волумени, како најмногу применувани геометриски тела.

Од начинот на поврзување на елементите во целината, зависат и **карактеристиките** на внатрешниот простор и некои од нив се предмет на ова истражување. Во зависност од предметот на проектирање и содржината на внатрешниот простор, можни се различни комбинации на елементите кои сочинуваат различни композиции, без разлика дали се работи за мебел, архитектонски елементи или простории, односно дали се третираат површински или волуменозни композиции.

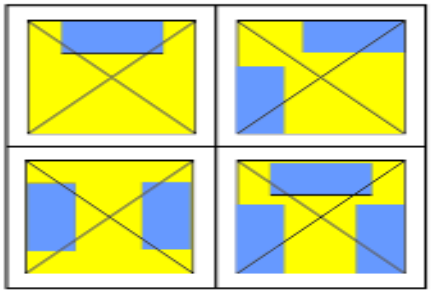
Амбиенталност

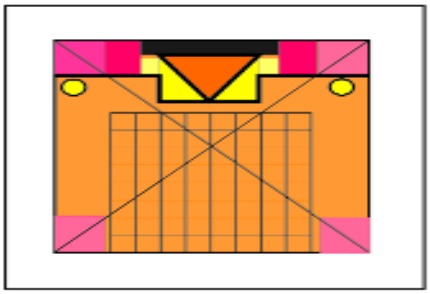
Со поврзување на елементите се организира групација која сочинува целина во внатрешниот простор, а кога групацијата е единствена, создава карактеристичен амбиент, со што се применува амбиенталност. Во зависност од намената на внатрешниот простор, амбиенталните целини имаат одредена специфичност во однос на другите делови на внатрешниот простор, имаат специфична особеност и различност во обликувањето, со што се создава одредена препознатливост во однос на другите целини. [2]

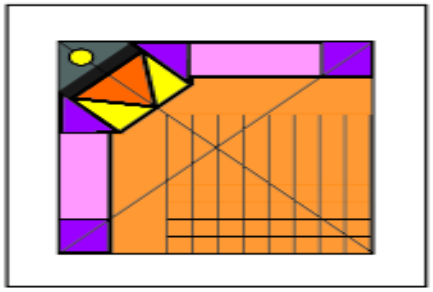
2.Амбиенталност претставува презентирање на одредена специфика на внатрешниот простор. Амбиент означува средина, окружување, а во ентериерот тоа се однесува за просторот на внатрешноста на објектите, што е предмет на ова истражување.
Се наведуваат некои примери за примена на терминот амбиент, во различни области:
- Волињец, Р.: *Село Битуше*, *Рурален амбиент и архитектура*, 1972. Зборник на Архитектонско- градежен факултет, Скопје, стр 117-133, - Vasic, Cedomir: *Raskucavanje* (ambientalna instalacija), 2004, Muzej Krusevac, - Augusto, Huan Carlos: *Ambienti Intelligence: Concepts and Applications,* str 1-26.; - *Ambient Factors in the workplace*, Geneva International Labour Office, 2001, str 94, -*The Ambient Collection*, Sound monograph, Beograd, PGP RTB, LP Ploca.-*Ambient: Revija za kulturo bivanja*, Stanovanje, Oprema, Design,1993, Ljubljana, Delo, - Womack, Jack: *Ambient,* Grafton, 1991, - Littler, J.G. P.: *Ambient energy design* : house heating for the 1980"s, Cambridge, 1979.

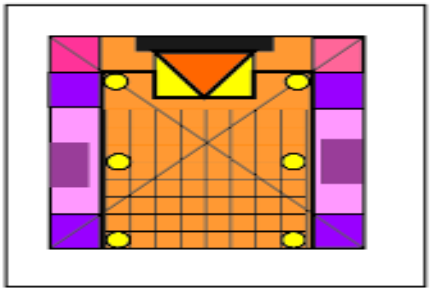
Специфичноста односно амбиенталноста во внатрешниот простор се манифестира преку различни релации на елементите на мебелот, со обработка на архитектонските елементи, со примена на боја, зеленило, вода, илуминација или со различни комбинации на одделни елементи заедно. Амбиенталноста е применлива во внатрешни простори за различна намена.

Елементите при поврзувањето формираат амбиенти како просторни акценти, со потенцирање на групацијата во фронталниот или во аголниот дел на просторната целина.

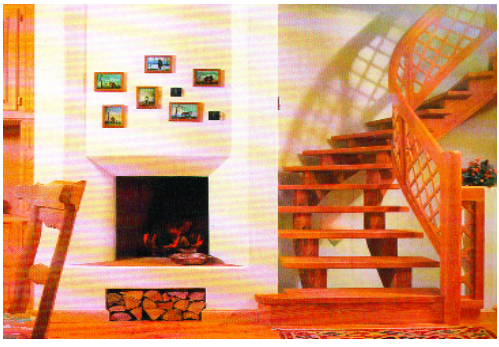








Особено такви групации се изразени во дневната соба со организирање на просторот околу каминот, при што се креираат специфични обликовни целини, кои претставуваат простори со нагласена амбиенталност. Во такви амбиенти нагласено е присуството на топлина во просторот, потенцирана со топол под, обработка на ѕидовите.

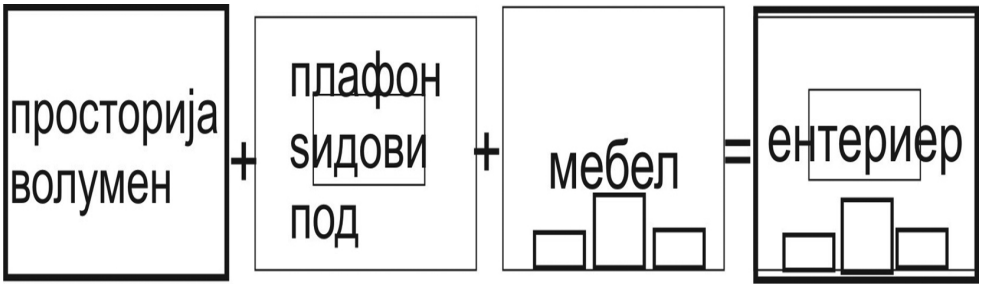




При анализа на нивото на

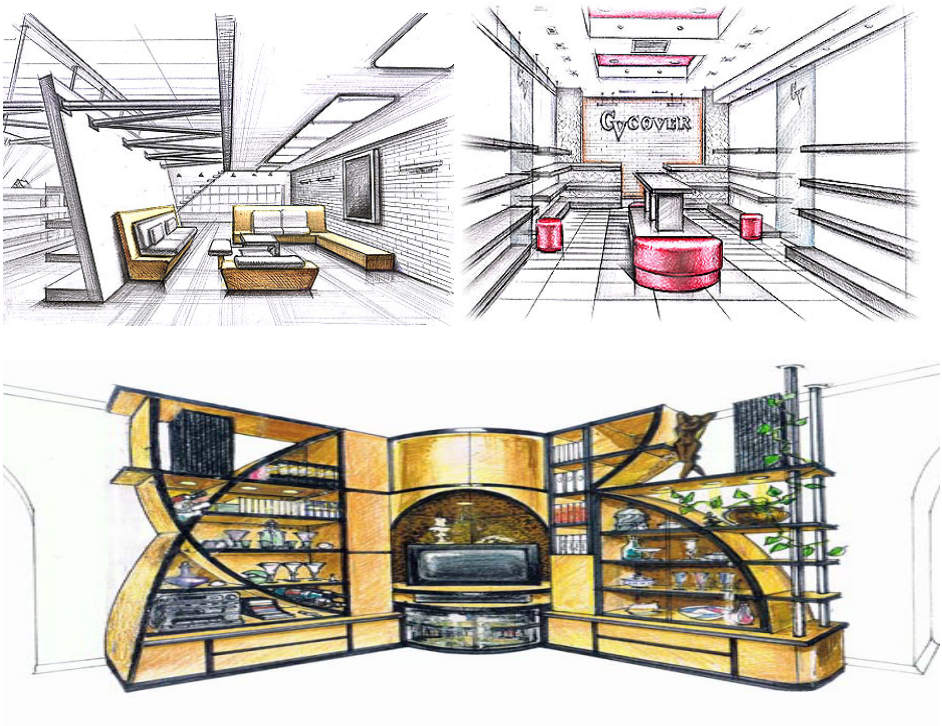
амбиенталност во просторот се поаѓа од согледување на обликот на конкретниот волумен и архитектонските елементи (ѕид, под, плафон, прозорец, врата и сл) и обликот на предвидениот мебел во просторијата (маса, стол, кревет, ормар и сл.). Доколку во проектот се примени простор со специфични просторни релации, со обработка на архитектонските елементи и со примена на специфичен мебел, се применува потполна амбиенталност, со изразена препознатливост на внатрешниот простор. Ако има само делумна примена на специфични сегменти (мебел) се применува делумна амбиенталност (се наведува за кој дел од просторот е применета). Кога се применува обработка на ентериер со повторување на повеќе просторни групации, тогаш не може да се третира дека таков простор има амбиенталност.

Приказ на релации на групации и елементи кои го утврдуваат степенот на амбиенталност.



Примери на амбиенталност.





Амбиенталност скали. Поткровје Барцелона (05 2010)



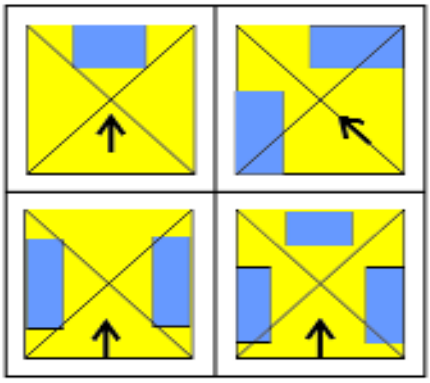
Симболика, Порака

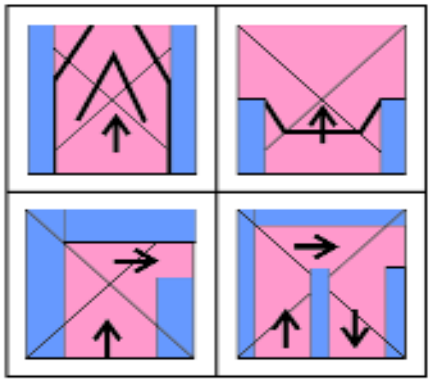
Со различно поврзување на елементите на внатрешниот простор, со пропорциите на просторот, со обработката на архитектонските елементи и бојата во просторот како целина, се овозможува одредена симболика која е во корелација со намената на просторот и со пораката која тој простор ја пренесува. Некогаш се работи за симболика поврзана со одредена намена преточена со просторен запис, асоцијација на боја или облик на производ, знак на фирма или дејност. Поврзаност помеѓу обликувањето на просторот и намената, со асоцијации преку визуелната порака. [3]

Симболиката во ентериерот се рефлектира преку различни релации на елементите. Со различна диспозиција на елементите се менуваат и односите при движењето и пристапувањето, односно тоа може да биде централно, аголно, покрај странични елементи и фронтално. Централниот пристап е поврзан со акцент кон пристапниот елемент, кој е фокус во просторот и резултира со нагласена важност на елементот во внатрешниот простор (камин во ентериер, слика, скулптура во простор и сл.). Аголниот пристап резултира со нагласување на линијата на движење со паралелни страни, со кои се оформува патека ограничена со одредени мотиви (ѕидови, слики, скулптури, мебел и слично). Истото се случува ако се организира движење во простор со двострани мотиви, паралелни со ѕидовите на просторијата, каде линијата на движење е насочувана од страничните елементи, кои стануваат водилка во просторот, а централниот поглед нема акцент, што значи дека се работи за балансирана линија на движење. . Ако на таква линија на движење се додаде и централен мотив кон кој се одвива движењето, тогаш со таква организација на ентериерот се сугерира полна опфатеност на трите сегменти кои ја формираат линијата на движење. Различни позиции и различни асоцијации од аспект на пристап, безбедност, прегледност, фокусирање, акцент.

3. Симболика како резултат на организацијата на внатрешноста која остава одреден впечаток кој ентериерот го има врз посетителите или врз корисниците на внатрешниот простор. Примери за примена на симболика во различни области: - Scholem, Gerchom: *Kabala i njena simbolika*, Beograd, Narodna knjiga Alfa, 2006, -Bezen, Ante: *Duhovni izvori i simbolika Vile Velebita,* (knizevne teme , eseji), 2005, - Steiner, Marijan : *Govor kriscanskih simbola*, (*Simbolika*), 100 str. 2009, Zagreb, - Goodman , Nelson, Bozicevic, Vanda : *Estetika, Teorija simbola, Simbolika, Osnovni pojmovi,* 2002, 225 str. Zagreb, KruZak., - Funke, Dieter, Balic, Mato : *Simboli: Izraz duse, govor religije* 2000, - Vojnovic, Tadej : *Simbolika boje i broja u Bibliji*, 1994, - Germ, Tine, Pogacnik, Jagna : *Simbolika brojeva*, Zagreb, Mozaik knjiga, 2004, - Germ, Tine, Pogacnik, Jagna : *Simbolika cvijeca*, Zagreb, Mozaik knjiga, 2002 , - Kast, Verena: *Dinamika simbola, Osnove Jungove psihoterapije*, Zagreb, Scarabeus naklada, 2009, - Beigbeder, Oliver: *Simbolika,* Novi Sad, 108 str. Knjizevna zajednica Novog Sada, 1988, - Eko, Umberto : *Simbol, Semiotika*, Beograd, Narodna knjiga Alfa, 1995. - Music, Miroslav: *Grad simbol*, 1990 ; - Foss, Martini: *Symbol and metaphor in human experience*, 1966, Limncoln Unuversity of Nebraska Press, str. 204; -Pekanovic, Josip: *Golub simbol mira*, Beograd, 2002; - Zivojinovic, Mihajlo: *Misao i simbol,* Kragujevac, 1996.

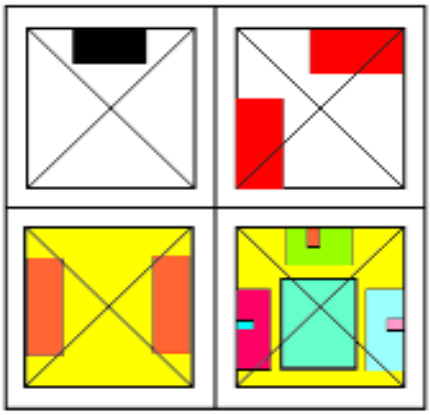
Движењето може да биде од поголем кон помал простор (ија) или обратно (со зголемена или намалена визура, аголно движење или движење со враќање назад, што има влијание врз ориентацијата на просторот). Кога се движиме од поголем кон помал простор, симболички се сугерира на намалување на значењето на внатрешниот простор кон кој се движиме, што по правило треба да биде поврзано со намената на просторот. Кога се движиме од помал кон поголем простор, симболички се сугерира на зголемување на значењето на внатрешниот простор кон кој се движиме, што треба да биде поврзано со намената на просторот. Кога внатрешниот простор е организиран со движиме под агол (вообичаено под прав агол), тогаш во организацијата на просторот симболички се сугерира непрегледно поврзување, што има реперкусии и на безбедноста во внатрешниот простор, со намалување на степенот на ориентација во просторот. Ако таква организација се повторува повеќе пати во внатрешниот простор, со менување на насоката на движењето и со повеќе менувања под прав агол, симболички се сугерира непрегледно поврзување, што има неповолни реперкусии по безбедноста во внатрешниот простор, несигурноста во движењето, недоволната прегледност на целината на просторот и со намалување на степенот на ориентацијата во просторот.

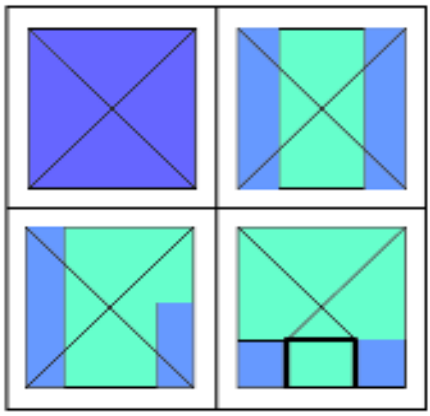




Симболиката е изразена и кај боите. Така, црно белата комбинација изразува стабилност на композицијата, со различен степен на рамнотежа на количината на црно-бела комбинација. Црвената боја асоцира на акција, динамика. Блиските бои сугерираат смирени амбиенти, простори со стабилност. Контрастните бои изразуваат драматика, акција.

Симболика има и во релациите полно-празно, при што полно означува затвореност (што треба да одговара на намената на внатрешниот простор), а празно асоцира на отвореност, што треба да се применува во јавни простори, кои по својата намена треба да се отворени за јавноста.

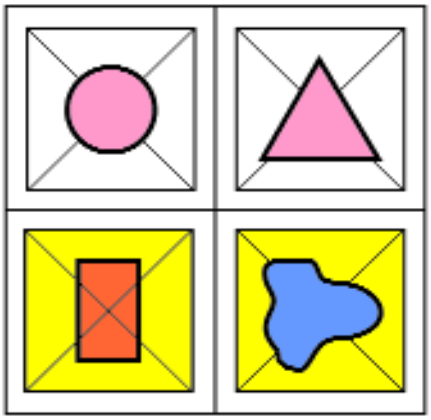


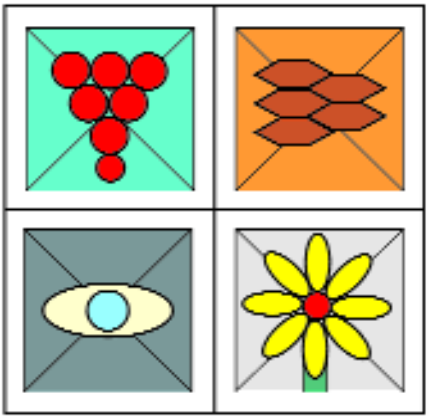


Симболика може да се согледа и во однос на геометриските облици. Кружен облик асоцира на еднаквост, [4] со кружни простори или примена на кружен мебел (кружна маса за средба каде сите присутни се еднакви во однос на организацијата на внатрешниот простор). Правоаголен облик асоцира на одредување насока, со две различни страни, што сугерира доминирање на поголемата страна. Триаголниот облик асоцира одредена строгост, заради стабилноста на триаголникот во конструктивен смисла, за конструктивна стабилност. Слободните форми (како во однос на форми на просторија , на елементи или на мебел), асоцираат на природност и се применуваат во внатрешни простори кои се поврзани со намени кои изразуваат слободен дух, дух на творење, без бариери.

Симболика може да се примени според дејноста изразена во формите при обликување на внатрешниот простор, како во однос на просторијата, обликот и обработката на архитектонските елементи или во обработка на мебелот. На пример, продажен простор за вино може да се обликува во стилизиран симбол на грозд, со групација на зрна, стилизирани кружни елементи и со примена на карактеристична боја. Внатрешен простор за мед, може да се обликува во стилизиран симбол на сакето на пчелите, со шестоаголна структура со различна големина како и со примена на карактеристична боја на мед. Продажен простор за цвеќе може да се обликува во стилизиран симбол на цвет, со групација на стилизирани цветови, со различна големина и со примена на различни бои поврзани со множеството бои на природните цветови. Ако се работи за организирање внатрешен простор за продажба на очила, ентериерот може да се обликува во стилизиран симбол на око со зеница, со стилизирани елипсести елементи.

4. Според Norberg Sulc, Kristijan (1975) *Egzistencija, prostor, arhitektura,* стр. 23, Кругот, како и орото, ги поврзува луѓето меѓусебно, со помош на низа на поврзани раце. Поединецот се вклопува во целината на низата и постанува посилен.



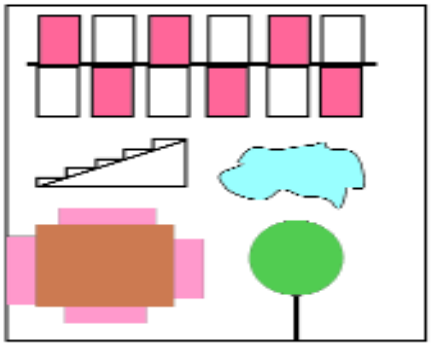
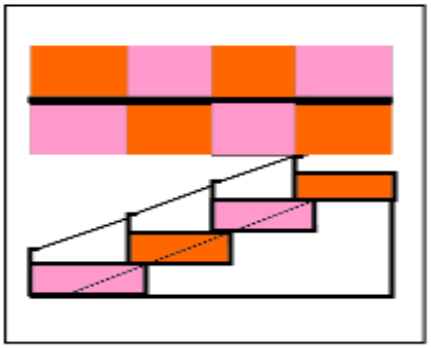
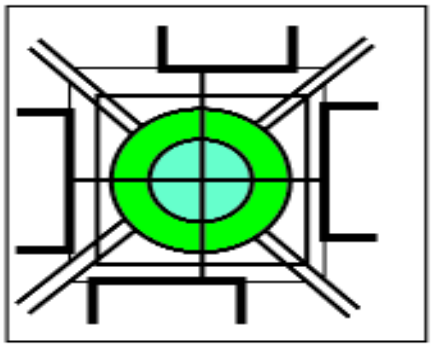
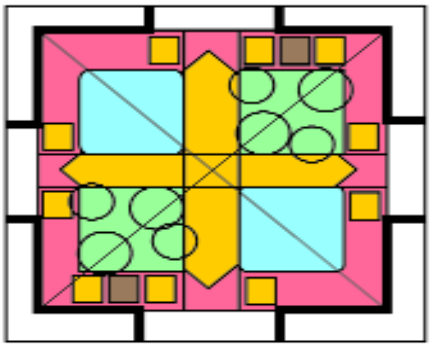


При анализа на пораките на внатрешниот простор, односно неговата **симболика,** се поаѓа од согледување на обликот на конкретниот волумен, обликот на архитектонските елементи (ѕид, под, плафон, прозорец, врата и сл) и обликот на предвидениот мебел во просторијата (маса, стол, кревет, ормар и сл.). Од анализата на трите сегменти (волумен, површини и мебел) и присуството на различните пораки во просторот, се согледуваат нивоата на симболика, во однос на просториите, насоката на движење, примената на боите, примена на полно-празно и симболика на дејности кои ќе бидат намени на внатрешниот простор.

Урбанитет [5]

Со внесување на урбани карактеристики во внатрешниот простор, со третирање на елементите на внатрешните простори како континуитет на јавните содржини, се врши внесување на урбани особености на улици и плоштади во внатрешните простори.

5. Урбанитет како резултат на примена на урбаните елементи (објекти, улици, плоштади, вегетација, вода), кои се применуваат во внатрешниот простор. Тоа е поврзано со развојот на урбаните простори - градовите. Се наведуваат неколку автори и нивни дела поврзани со развојот на градовите: - Radovic, Ranko: *Fizicka struktura grada*, Beograd, - Vasic, Vojislav: *Modeli vrednovanja organizacija i izgradnje prostora*, Jugoslovenski Institut za urbanizam i stanivanje, Beograd, 1990, -Elin Nan: *Postmoderni urbanizam*, Beograd, Orioen-art, str. 335, 2004, - Choay, Francoise : *Urbanizam: Utopija i stvarnost*, Beograd, Gradjevinska knjiga, 1978., - Marinovic-Uzelac, Ante : *Urbanizam u demokraciji*, 1992, - Alexander, Cristopher, Neis. H, Anninous. A, King. I. : *A new theory of urban design*, Oxford University Press, 251 str, New York, 1987, - Kasteks Zan *: Urbane forme*, str. 242 , Beograd, Gradjevinska knjiga, 1989 - Mumford, Lewis : *The culture of cities,* New York, 1938 - Moughtin, Cliff: *Urban design: method and techniques*, Oxford Architectural Press, str 212, 2003, - Miles, Malcolm: *Cities and cultures*, London, Routedge, 2007, -Macionis , John J, Parrilo, Vincent N. : *Cities and urban life*, Pearson Prentice Hall, 2006, - William, George: *New urban elements*, Barcelina Links, 2007; - Farr, Douglas: *Sustainable urbanism: urban design with nature*, Haboken, New Jersey John Wiley & Sons, 2008; - Cartwright, Richard M: *The design of urban space,* London, The Architectural Press, John Wiley & Sons, 1980.

Примена на урбанитет. Внатрешно двориште. Внатрешен простор.

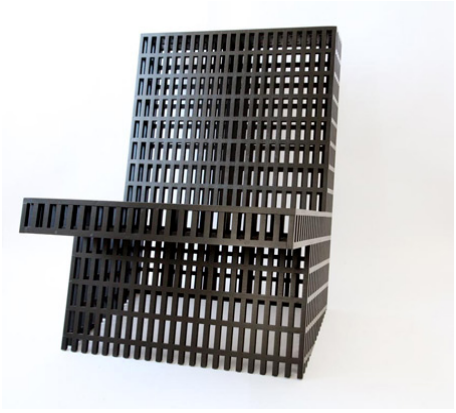


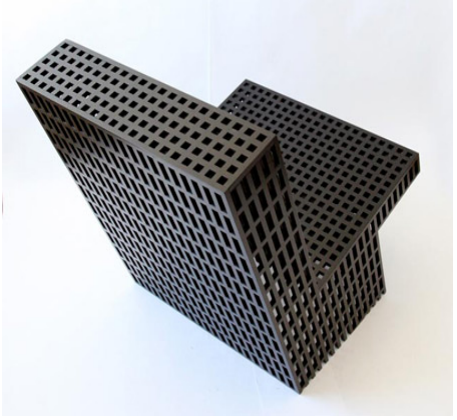
Внатрешните холови добиваат содржини како пешачки улици со продавници и други содржини, како слика на јавен простор или холови со зеленило, вода, фонтани, дел за седење и соодветен амбиент кој соодветствува на урбан простор, само што е во внатрешен дел (покриен простор) и со такви комбинации на елементи се добива ефект на урбан простор во внатрешен волумен. Симбиоза, течење на надворешниот и внатрешниот волумен во континуирана целина. Според Miles, Malcolm: *Cities and cultures*, London, Routedge, 2007 "градовите продуцираат култура" (стр. 53), а "културата ги репродуцира градовите" (стр. 75).

При анализа на нивото на **урбанитет** во внатрешниот простор се поаѓа од согледување на обликот и големината на просторите, нивото на вклучување на урбани елементи во ентериерот, за организирање на одредени намени поврзани со внатрешниот простор.

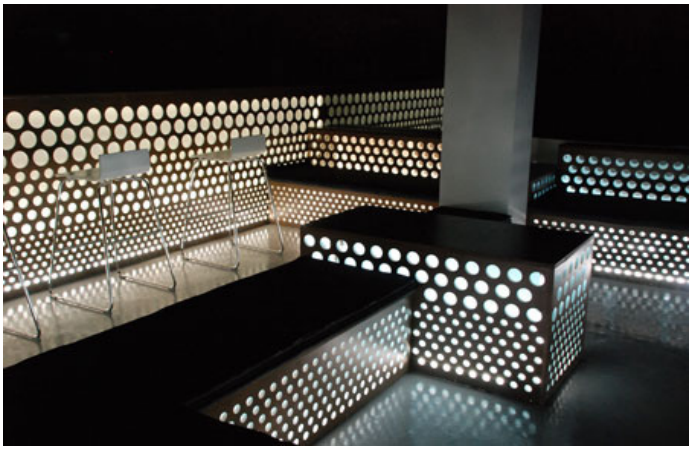
Од анализа на четирите сегменти односно: - јавни површини за движење (улици и плоштади како пешачки патеки или пјацети во внатрешните дворишта), - објекти како низа покрај улиците или слободни поставени како содржини за различна намена (продавници и слично во внатрешните дворишта), - вегетација (како зеленило во внатрешните дворишта) и - водата како фонтани во внатрешните дворишта), се утврдуваат три нивоа на урбанитет: потполн урбанитет (кога има присуство на три или четири сегменти) ; делумен урбанитет (кога има два сегменти) и недоволен урбанитет (кога нема внатрешен двор или има само поплочена површина пред објектот).

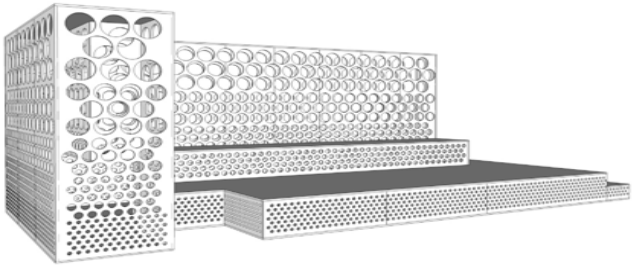
Примена на урбанитет. Креирање на мебел како урбани елементи во внатрешен простор. Трансформација на урбана форма во ентериер. Третирање на ентериер како урбана средина - град во внатрешен простор.

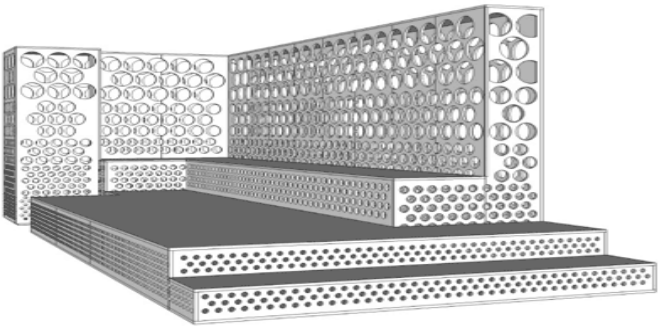












Покрај примена на одделни карактеристики на релациите на елементите при проектирање на ентериери, можни се примени и со комбинации на повеќе карактеристики при организирање на конкретен внатрешен простор, според утврдената концепција на решението, односно примена на амбиенталност, симболика и урбанитет одделно или комплексно применување во единствен внатрешен простор.

РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

Главниот акцент на истражувањето во презентираниот труд е насочен кон третирање на некои релации на елементите во внатрешен простор, како сегмент на проектирањето на ентериер како систем. Во зависност од предметот на проектирање и содржината на внатрешниот простор, можни се различни комбинации на елементите кои сочинуваат различни композиции, без разлика дали се работи за мебел, архитектонски елементи или простории, односно дали се третираат површински или волуменозни композиции.

Во ова истражување се анализираат карактеристиките на внатрешниот простор во однос на амбиенталност, симболика и урбанитет. За секоја карактеристика се третираат основните релации на елементите и нивната примена во ентериерот. Амбиенталноста се применува за нагласување на некоја специфичност при организирање на внатрешен простор. Симболиката е присутна при оформување на внатрешен простор за означување на пораката што ја има композицијата на внатрешниот простор, со широк дијапазон на применети елементи. Во истражувањето се третираат карактеристиките на урбанитетот како особина на урбаните простори и се применува да се нагласи непосредната поврзаност на внатрешниот и надоворешниот простор, како континуитет, кој ја оформува градената средина. Со примена на комбинации на различни релации на елементите

можат да се креираат различни солуции на организирање на внатрешен простор, во кој се одвиваат виталните активности на човекот.

IMPLEMENTING AMBIENTALITY, SYMBOLISM AND URBANITY IN THE ORGANIZATION OF INTERIOR DESIGN

Abstract

The basic subject of this paper is the treatment of relations between elements perceived as segments of subsystems within the framework of interior design system. Choosing from the large spectrum of relations between elements, this paper tackles the characteristics of the relations between elements in projecting interior design, since they are considered to be the most influential ones, while placing accent on ambientality, symbolism and urbanity.

The analysis of each characteristic throws light on the basic relations of elements and their application in interior design. Ambientality's main motive is to emphasize certain specific feature in interior design. Symbolism in interior design conveys strong message in the organization of architectural elements or furniture. This research addresses aspects of urbanity as main feature of urban spaces and is applied in order to stress the intrinsic connectedness of the interior and the exterior, seen as a continuity which shapes the urban environment. By applying combinations of different relations between elements one can create diverse solutions and qualities of an organized interior space where man's most vital activities take place.

Key words: *Relations, elements, ambientality, symbolism, urbanity.*

Литература

1. Cartwright, Richard M: *The design of urban space,* London, The Architectural Press, John Wiley & Sons, 1980
2. Farr, Douglas: *Sustainable urbanism: urban design with nature*, Haboken, New Jersey John Wiley & Sons, 2008;
3. Goodman, Nelson, Bozicevic, Vanda: *Estetika, Teorija simbola, Simbolika, Osnovni pojmovi,* 2002, 225 str. Zagreb, KruZak
4. Eko, Umberto : *Simbol, Semiotika*, Beograd, Narodna knjiga Alfa, 1995
5. Jodidio, Philip: *Contemporary European Architects*, Vol 1- 6, Taschen
6. Кокалевски, Мирче.: *Основи и елементи на проектирање 2*, ЕУРМ, Скопје, 2010
7. Кралев, Тодор: *Теорија на системите на информациите и на информативните системи*, НИО Студентски збор, Скопје, 1984
8. Macionis , John J, Parrilo, Vincent N. : *Cities and urban life*, Pearson Prentice Hall, 2006,

7.05.01

Доц. д-р **Петар НАМИЧЕВ**

ДИЗАЈНОТ КАКО КОНЦЕПТ, ФОРМА, ТЕОРИЈА, НАУКА, ТЕХНОЛОШКИ И ЕКОЛОШКИ ПРОЦЕС

Апстракт

Дизајнот има генерално значење на менување на постоечката ситуација во одредена барана поинаква форма, каде се образложува интерактивна форма на развој на одреден предмет. Притоа дизајнот од научен аспект содржи анализи на својот еволутивен развој од аспект на разгледување на неговиот концепт, процес на реализација, фаза на анализа, разложување на одредена структура при добивањето на неговата форма, каде се практикува одредена востановена теорија на дизајнот, концепт на истражување и прилагодување на современите еколошки потреби на човековата оклина. Овие аспекти на гледање кои се поврзани со дизајнот и неговиот интердисциплинарен современ пристап се актуелни гледишта кои е потребно да се анализираат.

Клучни зборови: *дизајн, инженерство, форма, теорија, технологија,процес, наука, пракса, концепт, екологија*

При проучувањето на историјата на дизајнот значајно е дека дизајнираните предмети во целост не можат да се протолкуваат надвор од општествениот, економскиот, политичкиот, културниот и технолошкиот контекст, кој ги поттикнал нивното појавување и развој.

Генералното значење на поимот *дизајн* би можело да се оформи во смисла на *менување на постоечката ситуација во одредена барана реферирана поинаква форма*. (Simon, H 1972). Дизајнот ги образложува интелектуалните активности кои се изразуваат преку одредени дисциплини. Дизајнот треба да се презентира со сите факти, да овозможува да ја одредиме активната категорија на дизајнот, во контекст на различните значења, сепак според активноста со одредено базично значење на неговото потекло. Неопходно е да се одреди односот на продуктите од одредена материја во интеракцијата со човековите особини и потреби. Фокусот на интересот потребно е да се насочи кон одредена форма на технологија на индивидуалното човеково живеење во контекст на социјалното опкружување.

ДИЗАЈНОТ И ОБРАЗОВАНИЕТО

Програмите за едукација во областа на дизајнот продолжуваат да ја истакнуваат визуелната артикулација, додека не ја практикуваат вербалната или пишувана материја. Преку запознавањето на курсевите за дизајн на универзитетите за дизајн или за применета уметност , програмите за едукација се очекува да ги стимулираат студентите, односно нивниот дизајнерски капацитет. да ги изразат своите способности, да научат да мислат, а не само да бидат исполнети со информации и знаење. Внесувањето на јазичната едукација во дизајнерските школи започнува во педесеттите години на 20-от век, со цел на примена на текстови со искуствата од визуелната комуникација. Кога зборуваме за активностите од областа на теоријата на дизајнот, секако не мислиме на лицата кои започнуваат со изучување на дизајнот, односно потребен е академски пристап на истражување. Во едукативниот процес полето на истражување и дизајнерското изразување потребно е да се применува, не само кај напредните студенти од повисоките години, туку од самиот почеток на студирањето, за да се воспостави отворен однос кон истражувањето. Потребно е воведување на превентивна стратегија од област на истражувањето и за искусните студентите, преку внесување на додатни методи на вербални гимнастицирања. Притоа се пристапува кон примена на одредени тематски единици во методологијата по одреден редослед, во тематски групи: историја, технологија, форма (структура), медија, дизајн (дневна пракса) и глобализација (пазар)(Bonsiepe G.2007) .

Дизајнот најчесто претставува склоп на активности насочени кон решавање на проблемот на дизајнирање. Решавањето на хуманите проблеми како активности поврзани со процесирање на информации или решавање на проблем како информатичко процесирање во одреден систем. Односно дизајнот претставува процес на барање на солуции за одреден проблем на просторот, како метафоричен простор каде проблемот на активности за решавање наоѓа свое место. Природата на проблемот го сочинува дефинирање и структурирање, каде постојат малку информации за природата на проблемот, односно за одредена барана солуција на проблемот, односно решение за трансформираната функција. Ова подразбира дека на проблемот му е потребно структурирање. Структурирањето на проблемот на дизајнот претставува процес на скицирање врз одредени познавања (или надворешна информација), за да се компензира информацијата која недостасува и да се конструира просторниот проблем (Simon, H. 1973).
Дизајнот претставува активност која бара имплементирање на начелата на логиката и креативноста. Истражувањата на различни дизајнерски дисциплини започнува да продуцира модели, притоа се концентрира на различни аспекти на процесот на дизајнот (Lloyd P. 1994).

Дизајнерското инженерство обезбедува модели кои кореспондираат со теоријата дека анализата на проблемите продуцира синтеза на решенија. Моделите кои произлегуваат од компјутерската наука му овозможуваат на дизајнерот да се справи со структурата на проблемите во процесот на дизајнирањето.

Репрезентативноста на дизајнот е во голема мерка значајна, поради природата на проблемите кои треба да ги реши дизајнот, кои содржат визуелни квалитети. Репрезентативноста значи да се креира нешто (да биде имплементирано, со ментални слики и сл.), кое кореспондира и се вклопува со нешто друго (физички феномен, објект, лице и сл.). Презентирањето на дизајнот се реализира со примена на различни методи и техники (дводимензионални, тродимензионални, визуелни методи и сл.)

Во областа на истражувањата создаден е доволно едукативен кадар, кој е оспособен во областа на едукативните, истражувачките и практичните активности, да создаде база од експерти кои ќе размислуваат и делуваат на дизајнерски начин на размислување, пренесувајќи одреден квантум на знаење и вештини. Современите достигнувања во дизајнот се повеќе се надополнуваат и развиваат со голем број на дизајнерски студии. Целта на студирањето на дизајнерите е да продуцираат знаење од областа на дизајнерските активности на највисоко ниво, за кое имаат одредена пракса. Праксата во методологијата на дизајнот во најголема мерка може да допринесе во востановените методи на имплементација на методите кои се базираат врз дизајнерската пракса. Тие обезбедуваат драгоцено искуство кое може да допринесе на поинаков начин од студиските програми.

На овој начин се создава голема база, како извор на нови искуства и нови идеи кои произлегуваат од работата на индивидуалистите преку практичната работа. Обработката на модели од праксата, било да се работи за пониско ниво, се применуваат како движечки идеи за прогресирање и развој на идеите и методите во дизајнот кон повисоко ниво на квалитет. Трансформирањето на идеите од праксата се базирани на интервјуа како начин на пренесување на одредени искуства, преку кои се пренесува одредена збогатена слика за идејата, отколку одредена формална база на информации. Особено се користат искуствата на архитектите и нивните студии со набљудување, кои се сметаат за одредена форма на алтернативни студии.

ИНЖЕНЕРСТВОТО И АРХИТЕКТУРАТА

Инжинерскиот дизајн се идентификува како процес во кој технологиите се материјализираат во продукти, односно процес во кој формите се рекомпонираат (реоформуваат) во човековиот живот и општество. Напредните технологии овозможуваат да се следи развојот и влијанието на инженерскиот дизајн врз структурата на архитектонскиот дизајн. Колку подобро се премостува директната поврзаност помеѓу овие две форми, ние

побрзо ќе ја согледаме интегрираната филозофија на дизајнот. Процесот на дизајнот во инженерството го опфаќа техничкото решение на проблемот, додека архитектите ги интерпретираат проблемите на дизајнот од квалитативен аспект. Архитектите и дизајнерите имаат авторство врз одреден проект, но и одредена морална и социјална одговорност, додека инженерите остануваат анонимни. Во дизајнерскиот процес од аспект на системот на примена на материјали, потребно е да се дизајнира со комплетна контрола од страна на дизајнерот, што доведува до редизајнирање на одредени делови од системот. Во рамките на инженерската етика при дизајнирањето потребно е да се обрне внимание на односот на технологијата и општеството, поголема опсервација на социо - техничката природа на технологијата која се применува, како и вклопување во актуелните социолошки фактори поврзани со праксата.

ГРАДИТЕЛСКА ТЕХНОЛОГИЈА И ДИЗАЈНОТ

Градителската технологија и конструкција содржи строго прецизна и дефинирана складност на функцијата, намената и намера за создавање на комплексен продукт. Притоа потребно е да се координираат возможните технологии за дизајнирање на засолниште (живеалиште), при што се дефинира броен комплекс на фактори: осветлувањето, климата, динамика на градба, економичност и складност, односно како една дизајнерска градба да биде поуспешна од друга. При градењето на куќата или при индустрискиот пристап во методологијата на градењето, потребно е да постојат веќе востановени параметри за принципот на инженерското дизајнирање, да нудат солуции кои се прилагодливи, со квалитетен концепт и дизајн на ентериерот. Со помош на современите технологии на 21-от век, се постигнува ефективност и функционалност, односно внесување на дизајнот во прилог на одредена функција.

ЕВОЛУЦИЈАТА ВО ДИЗАЈНОТ

Еволуцијата на технички изработените предмети се разгледува од различен аспект во однос на еволуцијата на биолошките видови. Неопходноста од еволуирањето на теориите за технологијата беше повеќе од неопходно за да се објасни процесот на технолошките иновации и технолошките промени. Меѓутоа неопходни се анализи кои се потпираат на аналогиите на еволуцијата во биологијата за да се протолкуваат технолошките промени и иновации (Brey P. 1008, 63). Дизајнот на технологиите е дел од развојниот - еволутивен процес каде спонтано се инволвираат гледиштата и предвидувањата на дизајнерот. Природната селекција е често спротивна на вештачката селекција, поефикасна и спонтана, преку различни варијации може да ја замени долгата и исцрпувачка истражувачка работа. Особено тоа се остварува преку животните кои се во интерактивен однос со нивната

непосредна природа, преку системот на непосредна еволуција, се доаѓа до солуции и решенија кои го усовршуваат дизајнерскиот процес. Дизајнерот потребно е да ги контролира своите активности, заради успешноста на вклопувањето на предметите во средината, на пазарот и во светот на корисниците. Успешноста на продуктот ќе зависи од изборот на трговците, корисниците или од регулаторите. Потребно е да се направи избор и да се примени радикален пристап или традиционален пристап кон перспективата на дизајнот и технолошката иновативност. Притоа можеби е потребно повеќе од прифаќање на само една рамка во дизајнерскиот процес. Затоа современоста бара образложување на новите услови и барања, кои се однесуваат на функционирањето на предметите, односно покорисно во смисла на остварување на намерите на дизајнерите. Еволутивниот процес за да биде успешен бара интеракција помеѓу хуманите потреби, технолошките промени, дизајнерските намери и иновативности што резултира со постојани промени во производниот процес. Природниот или вештачкиот пристап кој води до квалитативно решение потребно е да се примени сериозно, и да се прилагодат на постојаните варијации, рекомбинации во производството на варијантните решенија. Потребно е да се согледа улогата и значењето на влијанието на дизајнерот во технолошката иновативност и условите под кои таа е успешна.

Според потребите и приоритетите на дизајнерите, производителите и општеството кои постојано се менуваат, дури и за наједноставни проблеми, самите имаат краток век на примена.

Сепак најдобро образложение за контрадикторноста на дизајнот, а за што постои општо уверување и покрај авторитетот и успехот на одредени дизајнерски решенија, секогаш постои нов начин да се дојде до подобро решение, односно во одредени случај дизајнерот сам го надминува својот претходно реализиран успешен дизајн.

Инвовацијата во дизајнот се манифестира преку индустрискиот дизајн и дизајнот на комуникација, кои се разликуваат во различни области на инженерската наука, менаџментот или применетата уметност, но затоа е потребно да се конкретизираат, востановат и постават на интегративно рамниште. Иновативноста на дизајнот може да се согледа во форма на дефинирање на употребноста на продуктот, неговата вклопеност во производниот процес, прилагодливост на формата, прилагодливост во сферата на социјалната прилагоденост, прилагодливост кон нови материјали и технологии, иновативност во форма на естетскиот квалитет, формирање на стратегија на продуктот во компанијата и сл. Глобалниот светски пазар диктира одредени критериуми кои е потребно да се задоволат заради успешноста на економското задоволување на пазарот и интернационално рангирање во рамките на дизајнот.

ДИЗАЈНОТ И НАУКАТА

Модерните движења во дизајнот, кои продуцираат резултати во областа на уметноста и дизајнот се базираат на објективноста и рационалноста. Научниот аспект на истражувањата на дизајнот особено се зголемува по појавата на движењето на методологијата во дизајнот во шеесеттите години на 20-от век во Лондон. Притоа се формира одредена база на процесот на дизајнот за негово понатамошно научно третирање, врз основа на неговата објективност и рационалност. Затоа овој продуктивен период за развојот на научната мисла на дизајнот е наречена *декада на науката за дизајнот*. Првенствено револуционерната мисла се базира на науката, технологијата и рационализмот, во прилог на решавање на хуманите аспекти и проблемите на околината, кои може да се решат со помош на политиката и економијата. Понатамошниот развој на науката во дизајнот се базира на развојот на научните методи во секојдневната практика на искуството во дизајнот. Особено во сферата на инженерскиот и индустрискиот дизајн (иако со лимитирани, ограничени податоци од праксата). Поголем акцент во овој период се однесува на истражувањата во областа на дизајнот, теоријата и методологијата. Научниците се обидувале да ги идентификуваат компонентите на постоечката применлива структура, каде дизајнерите се обидуваат да ги оформат компонентите на новата структура. Рапидно зголемен развој се чувствувал во областите на науката поврзана со материјалите, инженерската наука, наука поврзана со градителството и сл. Во однос на релацијата на модерниот дизајн наспроти научното знаење, односно научното знаење во праксата, создадена е теоријата дека дизајнот ја *прави науката видлива*.(William R.1990). Дизајнот кој се базира на научни истражувања, се состои од комбинирање на *интуитивните* и *неинтуитивни* методи на дизајнот. Научниот дизајн не претставува контроверзен концепт, но секако ја рефлектира реалноста на модерната дизајнерска практика. Научниот дизајн содржи систем од логично поврзани знаења(искуства) од областа на дизајнот и дизајнерската методологија. Науката во дизајнот го детерминира проблемот во системот кој треба да продуцира дизајн, користејќи го процесот на дизајнот, но и да имплементира дел од природните науки, во форма прилагодена на дизајнерските потреби. Науката во дизајнот продуцира конкретно организиран, рационален и сосема систематизиран пристап кон дизајнот. Науката во дизајнот продуцира работна состојба за да го докаже разбирањето на дизајнот низ научните методи на истражување, како дисциплина која постојано се развива.

Науката на дизајнот претставува збирка (систем) на логично споено знаење од областа на дизајнот, и содржи концепт од технички информации во контекст на дизајнерската методологија. Науката за дизајнот го детерминира проблемот и го категоризира во одреден систем за да биде дизајниран.

ДИЗАЈН ФОРМА

Постои одредена разлика во концептуалниот пристап помеѓу нормалниот и радикалниот дизајн, каде потрошувачите (корисниците) имаат морално право за доверба во работата на инженерите и во финалните продукти (Van Gorp 2005). Рамката за регулација вообичаено е од социјален аспект како резултат на препознатлив и социјално легитимен процес на донесување на решенија. При примената на радикалниот дизајн постои поголема морална одговорност, прилагодена на постоечката регулатива. Како пример можат да се посочат законските обврзувачки дизајнерски нормативи за корисниците на автомобили кои се применуваат само во внатрешноста на возилото, додека не се обрнува внимание на односот кон велосипедистите или пешаците.

ТЕОРИЈА НА ДИЗАЈНОТ

Во дизајнот отсекогаш постоел длабок конфликт помеѓу теоретското и идеолошкото мислење, каде потешко се препознаваат теориските од програмските идеи, односно методолошката од историската пракса. Со третманот на се покомплексното следење на проблемите на околината, се повеќе се навлегува во доменот на идејните, теориските и практичните преокупации на дизајнот, преку што се следат и утврдуваат критериумите на неговата сопствена теориска еволуција (Mestrovic M. 1980). Овој развој е непосредно поврзан со човековата свест и слобода, тесно поврзан со општата динамика на историскиот развој на индустриското општество и производните сили во него. Притоа дизајнот како поим и како дејност претрпувал значајни и длабоки промени, преклопувајќи се со архитектурата, урбанизмот и сл. Денес современиот дизајн има одредени насоки, постојано го ревидира поимот дизајн со специфично значење на интегриран дизајн (индустриски, визуелен, еко, дизајн на околината и сл.)

Дизајнерите се чувствуваат способни кога можат да ги детерминираат формите на технологијата, каде што нивната целокупна работа се имплементира, односно потребно е да имаат влијание на процесот на дизајнот. Влијанието на дизајнерот во техничката сфера, се состои во тренингот и откривањето на технолошките можности создадени под влијание на различни социолошки состојби и фактори (чинење, економичност, компатибилност и сл.).

Работата и истражувањата на влијанието на дизајнот, со развивање на стратегија и активност на приближување на социјалните групи кон процесот на дизајнирање, е мошне значајно при анализирање на одредени сегменти од теоријата на технологијата при дизајнирањето. Потребно е да се востанови што недостасува во изминатите применети технологии и пракса, односно технолошкото наследство или во актуелниот дизајн. Потребно е да се воспостави теоретско мислење и анализа на вметнување на историскиот и

културниот развој во дизајнот на технологијата. Процесот на решавање на техничкиот возможен за реализација избор би требало да биде во центарот на вниманието во филозофијата на дизајнот. Ако е возможно да ја совладаме технологијата, тогаш во однос на општеството не е прашање на прифаќање на технологијата, туку како алтернативните вредности можат да бидат имплементирани во процесот на дизајнот, додека техничките кодови кои го определуваат дизајнот да бидат хумани и ослободени од секакви стеги, отколку да бидат контролирачки, крути и неподносливи. Еден од најважните први чекори во овој процес е оспособеноста на дизајнерот да донесува одлуки во процесот на дизајнот.

ДИЗАЈНОТ И ТЕХНОЛОГИЈАТА

Комплексноста на модерната технологија преку продуктите го еволуираат дизајнот како академска дисциплина и основа за применлива зголемена соработка во релациите помеѓу науката, инженерството и дизајнот.
Дизајнот е потребно да се разгледува како процес на грижливо планирање, но и на интегрирање на филозофијата, социологијата и економичноста на технологијата.
Начинот како техничките предмети се креираат не претставува само едноставно средување на работите, туку адаптирање на промена на местото на технологијата во општеството. Колку повеќе технологијата е инфилтрирана во праксата, толку повеќе се менува секојдневниот живот и културата на живеење. Да се разбере природата на актуелната техничка креација претставува форма на слобода на говорот, како една од крајните цели на дизајнерската постапка.
Системската методологија може да се толкува како комплементарен пристап на системското инженерство од една страна и системската анализа од друга страна, елементи кои се имплементираат во дизајнот. Дизајнот во системската методологија претставува комбинација на два интерактивни компоненти, едната се однесува на релацијата помеѓу дизајнираниот објект и неговата непосредна околина, и другата на релацијата на дизајнираниот објект и неговите составни елементи. Пристапот на дизајнот подразбира да се согледа структурата, функцијата и процесот во контекст на околината за да се развие информација, вештина и разбирање на системот и елементите кои се предмет на дизајнерската студија. Системската анализа потребно е да овозможи поставување на конкретна разлика помеѓу природниот и вештачкиот систем, на поединечните решенија на дизајнерите, преку презентирање на дизајнерската функција со актуелното филозофско гледиште.
Техничките предмети (елементи) може да бидат применети како стандардизирани –типски компоненти во дизајнираниот социолошко - технички систем. На тој начин со дизајнирањето на техничките предмети се

придонесува кон дизајнирањето на целиот систем. Тие имаат директно влијание како компоненти на социолошкиот - технички систем.
Се што претставува продукт на дизајнот, како продукт на најновите технологии, потребно е да биде поврзано со природата, со одредување експлицитно, по кои критериуми и елемети се одредува формата на хуманиот дизајн. Од дизајнерска гледна точка, описот на предметите потребно е да биде технички и технолошко – социјален, како значаен исчекор напред, за вклопување на функцијата во човековите дизајнерски креации.
Потребно е да се дефинира како дизајнерите ги интерпретираат алатките на филозофијата, надвор од инженерските предмети. Притоа би се развиле нови начини на интерпретирање на дизајнот и секојдневната технологија на градбите кои го дефинираат нашиот живот. Границите помеѓу технологијата и социјалниот и културен свет секогаш е предмет на истражување за архитектите и историчарите на технологијата.

ПРОЦЕСОТ НА ДИЗАЈНОТ

Развојот на концептот претставува првиот чекор, во еволуцијата на создавање на дизајнот. Помеѓу апстрактниот концепт и конкретниот дизајн потребно е да се реализира еден цел процес, на креативност, на елаборирање на критериумите, проверувајќи ги во однос на зададените побарувања, што резултира со одреден оригинален концепт, кој постојано се модифицира. Оваа фаза од процесот се реализира со постоењето на различни возможни солуции, преку системот на меѓусебни компарации. Во одредена фаза од процесот на дизајнот се применува постојано генерирање на одредена форма, или постојано модифицирање под влијание на одреден извор. Од различни точки на гледишта се применуваат, врз основа на праксата, односно релацијата помеѓу дизајнот и неговата примена, и од друга страна од односот помеѓу дизајнот и неговата структура. Притоа значајна е примената на принципот на типологија на одредени елементи, примена на композиција, во одреден контекст, анализа, процесирање на одредени визуелни заклучоци, одредена редукција, и сл.

ДИЗАЈНОТ И ЕКОЛОГИЈАТА

Задачата на дизајнот претставува постојано планирање и дизајнирање на структурата и функцијата на производите, живеалиштата и населбите, во една витална животна околина, способна да се развива, да се менува, адаптира, трансформира, регенерира, да одговара на човековите потреби. На тој начин уште повеќе се зголемува одговорноста при создавањето на теоријата на дизајнот како теорија на планирање на околината во рамките на светското опкружување. Научно - технолошката револуција претставува цивилизациски процес кој поттикнува развивање на творечките способности

на секој човек. Несовладаната екологија на населеното место најдобро покажува во која мерка цивилизацискиот процес го генерализирал социолошкиот фактор. Прашањето на достигнувањата на дизајнот, како применетата рационалност навлегува длабоко во темелните аспекти на организацијата на општеството.

Како вистински предмет на истражувањата во еден поширок контекст претставува околината, нејзино унапредување и заштита. Битни аспекти од кои можат се да се разгледуваат архитектурата и дизајнот, претставува околината која ја создаваат луѓето преку градењето. Околината продуцира состојба на одредено однесување, односно таа претставува медијатор на различни животни процеси. Околината претставува израз на владеење со материјалниот свет и повратното дејство на тој свет врз општеството. Притоа луѓето не ги експлоатираат само природните елементи туку се експлоатираат и меѓусебно, со доминантна и зависна положба, кои се одразуваат на околината. Притоа со способноста за читање на околината и анализа на општествената средина се открива во нив една цела цивилизација. Да се создава околината подразбира да се делува врз општеството, а тоа е возможно само ако се познаваат процесите на неговата трансформација, односно од една страна процесите на еволуција на производството, животните услови, потрошувачката и просторното планирање, а од друга страна трансформациите на општествените односи, комуникации и системот на идеи и вредности.

Праксата на просторното планирање не секогаш е потребно да се остварува како спонтан, слеп процес, ако се изгради одредена теорија, која се нарекува теорија на просторното уредување.

Еколошкиот дизајн подразбира моментални интервенции во околината на местото на градење, процесите кои се одвиваат во природата и да се намали урбаното влијанието врз екосистемот кој не опкружува. Затоа дизајнерите се ориентирани кон градби и елементи кои трошат помалку енергија, одржливи системи,со продуцирање на што помало загадување и со работа во корелација со поголема хармонија со еколошкиот систем кој не опкружува.

Од естетска гледна точка, за да се создаде природен концепт и пристап на градбите, потребно е тие да содржат фундаментално ограничување, што подразбира процесите кои се имплементираат да претставуваат генерално продукти на дизајнот.

ЗАКЛУЧОК

Да се биде успешен не е потребно да се обрне внимане само на историјата, која може да конфронтира, нештата кои може да останат ненадминати – нерешени. Принципите на архитектонскиот дизајн води кон организација на просторот, не само како визуелна хармонија, туку и кон решавање на проблемите.

Постојат повеќе теории и дебати околу ефектите на дизајнерското истражување и односот со дизајнерската практика, која се манифестира во индустриското производство во идната глобална економија. Студиите на истражување преку практичните експерименти овозможуваат дефинирање на примената на производството, тошоците и начинот на користење, и имплементација на оптималната форма. Продуктот треба да ги задоволи заедничките потреби на произведувачот и корисникот, тие да станат реални.
Просторот не претставува неутрален фактор на развојот, туку како услов на начинот на производството, односно со начинот на управување со просторот, се остварува и улогата во друштвото. Формирањето и произведувањето на инвентивен, продуктивен простор во дизајнот претставува културно наследство на општетството.
Поребно е да се идентификуваат фундаменталните стратегии на дизајнерските истражувања, кои се потпираат на праксата во дизајнот, како и преку формирање на алтернативни стратегии во 21-от век. Потребна е одредена комуникација помеѓу различните типови на модели на стратегии, кои се компатабилни со природата на човековиот свет, кои е потребно да бидат во фунција на човештвото.

Resume

With the introduction of design at universities of design or applied science, education programmes are now expected to stimulate students capacity for reflection, they must learn to think. Design education programs continue to emphasise visual articulation, not verbal or written.
Recent period have seen emergence of evolutionary theories of technology which use concepts and principles drawn from evolutionary biology to describe and explain processes of technological innovation and technological change.
Evolutionary approaches to technology present us with a vision of design in which the intensions and beliefs of designers and others are at best only part of the explanation of processes of technological innovation and change. Designers are agents of mutation and recombination in the production of new variants.
Problem structuring is a process of drawing upon knowledge, to compensate for missing information and using it to construct the problem space.
We have identified fundamental strategies of design research in the hope of clarifying the diversity of work in the field of design.

Литература

1. Bergmann A. *Technology and the Character of Contemporary life*, University of Chicago Press, Chicago, 1984
2. Brey P. *Technological design as an Evolutionary Process*, Philosophy and design, Seattle, Springer, 2008, 63.
3. Bonsiepe G. *The Uneasy Relationship between Design and Research*, Design Research Now, Birkhouser, Basel,2005
4. Freng P. *Thinking about design*, Philosophy and design, Seattle, Springer, 2008
5. Dembsky W. *Intelligent Design:The Bridge Beetween Science and technology*, InterVarsity press, Downers Grove, 1999
6. Lloyd P. and Scott P. *Discovering the Design Problem*, Design studies, 15 (2), 1994, 125-140
7. Mestrovic M. *Teorija dizajna i problemi okoline*, Zagreb, Intro Naprijed, Zagreb, 1980
8. Mokyr J. *Innovation and selection in evolutionary models of technology, Technological Inovationsas an Evolutionary Process*, Cambridge , Cambridge University Press, 2000
9. Simon,H. *The Science of the Artificial*, Cambridge, MIT Press, 1972
10. Simon H.*The ill-structure of ill-structured problems*, Artificial intelligence, 4, 1973, 181-204.
11. Ziman J. T *Technological Inovations as an Evolutionary Process*, Cambridge , Cambridge University Press, 2000
12. Van de Poel I. *Invastigating ethical issues in engineering design*, 7, 2001, 429-446.
13. Van Gorp A.C. *Ethnical Issues in Engineering Design: Safety and Sustainability*, Simon Stevin Series in the Philosophy of Technology, Delft, 2005
14. William R. *Design and Science*, Design studies 11(1), 1990, 43-47

655.22 : 006.91.022

Доц. м-р **Марија ВЕТЕРОСКА**

ЕДИНИЦИ МЕРКИ ВО ТИПОГРАФИЈАТА

Апстракт

Мерниот систем на типографијата е сложен и комплексен. Неговите корени се во времето на мајсторите типографи кои работеле со подвижен метален слог. Историскиот развој на типографијата и нејзините техники имаат силно влијание врз терминологијата, но и типографскиот мерен систем воопшто.

Деликатноста на проблематиката довела до развој на два типа системи, едниот со фиксирана апсолутна вредност, потребен за одредување на големината на типографските елементи, и вториот менлив во својата природа, зависен од апсолутниот, задолжен за естетиката на наредениот текст и меѓусебниот визуелен однос на карактерите.

Клучни зборови: *типографија, типографска точка, мерен систем, големина на писмо.*

Вовед

Основата на естетиката на типографијата се состои од деликатни елементи со мали димензии. Нејзината цел е да се постави текст со конзистентна текстура, а ова е единствено возможно доколку размерот на сите анатомски делови на карактерите, како и редењето на текстот почива на прецизни математички основи. Во македонската литература отсуствува било какво истражување во областа на оваа проблематика.

Мерниот систем на типографијата овозможува определување на размерот на писмото во однос на просторните елементи на работната површина.[1]

Во типографијата разликуваме два типа на единици мерки: апсолутни и релативни.

[1] Королькова, А. 2007, 90

Апсолутни единици мерки

Апсолутните единици мерки имаат фиксна вредност. Во типографијата тоа е типографската точка, основната типографска единица мерка.

Сепак како и кај останатите единици мерки постојат варијации во вредноста. Причина за тоа ќе пронајдеме во историскиот развој на типографијата, како и во отсуството на универзални единици мерки и разликата меѓу метричкиот и империјалниот мерен систем.

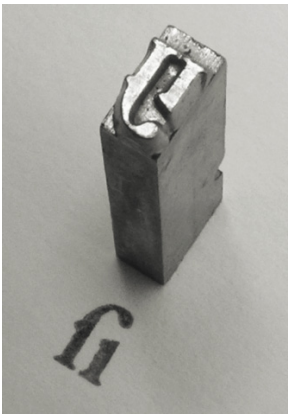
Големината на писмото најчесто се поистоветува со висината на отиснатиот карактер. Тоа не е точно, бидејќи за големина на писмо се смета висината на металниот слог на кој се наоѓа карактерот.[2] При техниката на подвижен метален слог, буквите биле лиени како засебни метални блокови. Висината на лицето на овие метални блокови, кои ги содржеле буквите ја претставуваат големината на писмото (анг. type size, рус. кегль). Во еден сет карактери од едно писмо со еднаква големина, висината на металната плочка е идентична. Без разлика дали станува збор за мајускули или минускули, интерпункција итн. Тоа значи дека големината на писмото не соодветствува на отиснатиот позитив, туку на носителот на карактерот, металниот слог.



Сл. 1 Подвижен слог[3] (голема буква W)

[2] Феличи, Д. 2004, 58

[3] извор: http://www.kcramsayconsulting.com/2010/09/movable-type-the-www-of-the-16th-century/



Сл. 2 Големината на писмото соодветствува на големината на носителот на карактерот[4]

Најприближно, иако и тоа не е секогаш прецизно, може да се каже дека збирот на долните и горните продолжетоци и висината на минускулите ќе ја даде вредноста на големината на писмото.[5]

Типографскиот мерен систем за првпат го поставува парискиот типограф[6] Пјер Симон Фурние/Pierre Simon Fournier (1712-1768) во 1737 година, кој се базирал на француската единица Cicero која изнесувала 4,186mm[7]. Оваа вредност тој ја поделил на 12 дела. Ова ја претставувала неговата типографска точка (анг. point, рус. типографский пункт, гер. typographischer punkt, фра. point tipographique, итал. punto tipografico). Таа изнесувала 0,348mm. Неговиот мерен систем не бил официјално прифатен и признаен во Франција.

Кон крајот на XVIII век во Франција, официјално е утврдена големината на типографската точка. Нејзината вредност изнесува 1/72 од 1 inch. Но, поради разликата меѓу францускиот и англискиот мерен систем, се појавуваат два типа со различни вредности, на типографската точка.

Во Франција фурниевиот систем се заменува со дидо системот. Француската типографска точка, е наречена didot (анг. didot, рус. дидо) во чест на Франсоа Амброз Дидо / François-Ambroise Didot (1730–1801) и Фирмин Дидо / Firmin Didot (1764–1836). Со продолжување на истражувањето и системот кој го поставил Фурние целта им била да ја

[4] извор: http://en.wikipedia.org/wiki/File:Fi_garamond_sort_001.png
[5] Королькова, А. 2007, 90
[6] доколку се изстави мерниот систем на Sébastien Truchet во 1725, кој изнесувал 1/1728 од pied du roi, односно 0,188mm.
[7] http://cg.scs.carleton.ca/~luc/fabian-point.html (27.09.2010)

адаптираат типографската точка на официјалниот француски мерен систем. Дидо била седумдесет и два пати помала од францускиот инч „pied du roi“, мерка за должина од тогашниот воспоставен мерен систем во Франција, која изнесувала 32,48 cm.[8] Вредноста на дидо точката изнесува 0,376mm.

Францускиот типографски систем се користел во средна и источна Европа, влучувајќи ја и Русија.[9] Русија се смета за типографски најразвиена земја која официјално ја користела кирилицата. Поради тоа нејзината историја и техниките кои биле користени во овој период се земаат за основа на развојот на кириличната типографија. Оттаму може да се заклучи дека кирилицата, се до експанзијата на компјутеризацијата, била изработувана според вредностите на дидо типографскиот мерен систем.

12 didot = 1 cicero 1 didot = 0,376mm 1 cicero = 4,56mm

Во англо-американското поднебје, типографската точка се базира на англискиот мерен систем, а не на францускиот. Американецот Нелсон Хоукс/Nelson Hawks (1841-1929) го адаптирал типографскиот мерен систем на американскиот мерен систем за должина. Резултатот на неговото истражување е многу близок на фурниевиот. На петнаесеттото собрание на US Type Founders Association, 1886 е одлучено американскиот типографски систем да се редефинира, при што типографската точка е 1/72,27 дел од англискиот инч,[10] и е дванаесетти дел од пика (анг. pica, рус. пайка или пика[11]).

1pt = 1/72.27 inch 12 pt = 1 pica 1 pt = 0.3515 mm

1 pica= 4.2175 mm= 1/6 inch

Со усвојувањето на PostScript системот во 1985 година, овој т.н. „pica-point“ систем се востановува како основен во западна Европа и Америка. PostScript point, односно пост скрипт точката договорено е да изнесува точно 1/72 од англо-саксонскиот inch.[12] PostScript точката е позната и како DTP (Desktop Publishing) point.

[8] http://en.wikipedia.org/wiki/French_units_of_measurement (1.10.2010)
[9] Королькова, А. 2007, 90
[10] Rabinowitz T. 2006, 15
[11] „В настоящее время чаще используется название пика“„пика или реже пайка“ – Феличи, Д. 2004, 422
[12] англо-саксонскиот inch во 1959 година е договорено да инесува 25,4 mm. (http://en.wikipedia.org/wiki/Inch) (5.10.2010)

Развојот и експанзијата на Adobe софтверот во графичкиот дизајн ја востановува PostScript точката како стандард во целиот свет. Понекогаш се нарекува и Adobe PostScript point. Сепак во опциите за подесување на сите професионални софтвери за графичко уредување постои опција за избор на било кој од наведените типографски мерни системи, зависно од потребата на дизајнерот.

1pt=0.352mm 1pica=4.22mm

Изливањето на металните подвижни слогови и деликатноста на нивното редење и манипулација, уште на почетоците на оваа техника, типографите ги ограничиле на одредени големини, помеѓу 5pt и 72pt. Помали од 5 pt не се изработувале бидејќи не биле читливи при печатење, а биле многу деликатни за изработка. Над 72pt, исто така не се изработувале, бидејќи металот премногу тежел, и заради тоа за вакви големи димензии се користел дрвениот слог.[13]

Бидејќи сè уште не бил прецизно востановен мерниот систем, типографите ги именувале големините кои биле стандардни.

	Британија	Америка	Русија (дидо систем)
3 pt	minikin	excelsior	бриллиант
4 pt	brilliant	brilliant	диаманд
5 pt	pearl	pearl	перл
6 pt	nonpareille	nonpareille	нонпарель
7 pt	minion	minion	миньон
8 pt	brevier, petit, small text	brevier, petit, small text	петит
9 pt	bourgeois, Galliard	bourgeois, Galliard	боргес
10 pt	long primer, corpus, Garamond	long primer, corpus, Garamond	корпус
12 pt	pica, cicero	pica, cicero	цицеро
14 pt	English, mittel, Augustin	English, mittel, Augustin	миттель
16 pt	two-line brevier	Columbian	терция
18 pt	great primer	great primer	парангон
20 pt	paragon	paragon	текст

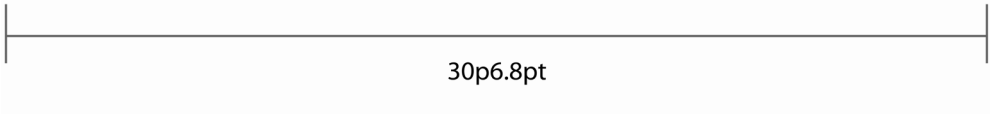
Сл. 3 Имиња на стандардните големини на писмо во Британија, Америка и Русија (дидо систем)

Во современата компјутерска технологија, може да се дозволи користење на било која големина на писмо. Може да се задаваат нестандардни големини, па дури и големини изразени во децимали. Сепак овој традиционален избор на големини и ден денес се среќава во каталозите за типографските писма кои се продаваат, или како стандардно понудени

[13] Craig, J . 1999, 18

големини од софтверите за уредување на текст, без разлика од која компанија потекнува софтверот (MS Office, Adobe Systems, Corel и т.н.)

Што се однесува до големините на писмо, во употреба е само единицата мерка точка, но никогаш пика. Пиката има своја примена и улога во уредувањето на дизајнерската работна површина. Таа заедно со точката служат за мерење на големина на страниците, за должината на линиите текст, поставеноста на илустрациите и другите елементи.[14] Највообичаената употреба на пиката е за мерење на должината на линиите на текст. Должината на линија текст, во однос на големината на писмото и просторот меѓу буквите и линиите е еден од факторите кои влијаат на читливоста на типографските елементи.



Сл. 4 Должината на линијата текст испечатена на оваа страница изнесува 30 pika и 6.8pt (или 12,9 mm)

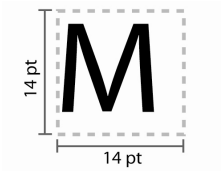
Таа никогаш не се употребува за мерење на големина на писмо, ниту за димензијата на просторот помеѓу буквите.

Релативни единици мерки

Релативните единици мерки се неопходни за функционално и естетско подредување на типографските елементи. Многу димензии во типографијата се зависни едни од други, како на пример димензијата на просторот помеѓу карактерите е условен од самата големина на писмото. Тоа значи дека овие единици имаат релативна вредност и се зависни од големината на писмото кое е употребено. Тие пропорционално се зголемуваат или намалуваат.

Основна релативна единица мерка во типографијата е em или висина на писмото (анг. em или em quad, рус. кегельная шпация)[15] Таа ги определува хоризонталните димензии на просторот меѓу типографските елементи, па дури и ширината на буквите во пропорционалното писмо.[16] Димензијата на em е еднаква на големината на писмото кое се користи. Таа всушност претставувала метален слог со еднаква висина и ширина. На пример ако писмото е 12 pt, тогаш и вредноста на ем е 12 pt; ако писмото е 14 pt тогаш и ем е 14 pt.

[14] Феличи, Д. 2004, 35
[15] Феличи, Д. 2004, 38
[16] Craig, J . 1999, 23



Сл. 5 Писмо со големина 14pt има вредност ет 14pt

Најчеста употреба на em просторот е во определување на димензијата на индентот или вовлекувањето на првата линија од параграфот. 1 em се смета за стандардна димензија на индентот, но се разбира дека зависи од дизајнерот и неговата цел која димензија ќе ја одбере.

И покрај името кое посочува на буквата M, таа ретко кога го зафаќа целиот простор на em димензијата, иако се смета за една од најшироките букви во азбуката. Всушност, ретко кога буквите имаат ширина од 1 em. Постојат специјални симболи како на пример ‰, кој ја пробива em ширината. Овие знаци се навистина ретки.



Сл. 6 Дури и најшироките букви не за зафаќаат целата ет ширина

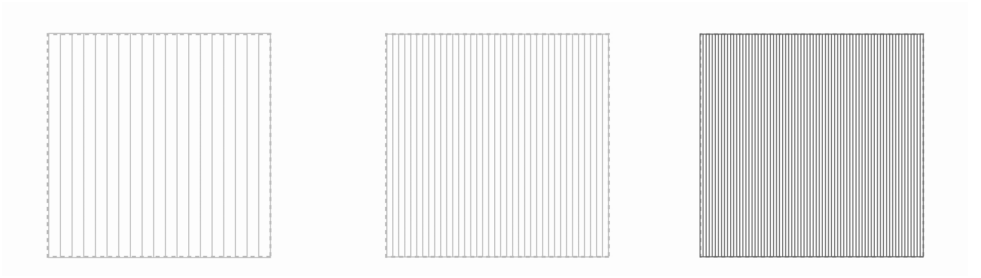


Сл. 7 Симболот ‰ е поширок од ет

Вредноста em игра многу голема улога во PostScript информациите кои ги носи типографското писмо. Поконкретно овие информации се однесуваат на определувањето на ширината на карактерите. Секој карактер зафаќа определена ширина, вклучувајќи и мал празен простор од левата и десната страна. Em се дели на единици (анг. unit, рус. единиц)[17].

[17] Феличи, Д. 2004, 40

Во времето на монотипот најмалата единица била 18 дел од em, па прецизноста се зголемила на 36 дел од em, за да 72 дела од em станат најпопуларна поделба.[18] Со развојот на технологијата поделбите се повеќе се зголемуваат, па во PostScript em се дели на 1000 делови, а во True type форматот на писмо дури на 32000 делови за совршена прецизност. Ова се информации кои ги носи писмото во себе, за да може пропорционално да биде поставено во било која големина од 5pt до 72pt, па и надвор од овие димензии. Тоа се информации за ширината на карактерите поединечно, како и за просторот помеѓу различните пермутации на карактери кои ќе дојдат еден до друг, наречена метрика на ширина (анг. width metrics, рус. метрики ширин).



Сл. 8 Поделба на em на единици 18, 36 и 72

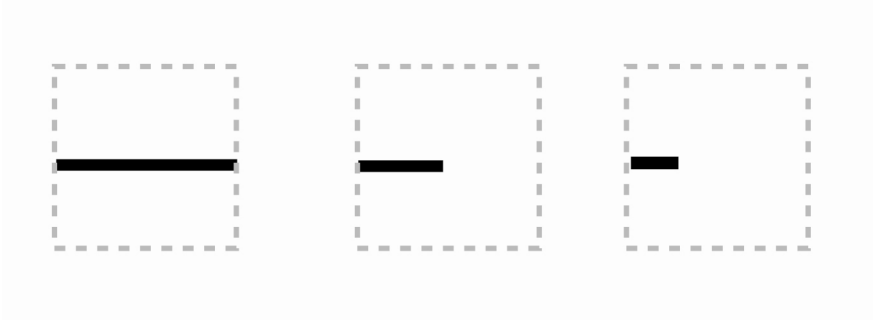
Кога станува збор за префинета интерпункција во типографијата, проблематика на која особено и се посветува внимание од страна на професионалните типографи, постои т.н. em црта (анг. em dash, рус. длинное тире) или долга црта. Неговата должина е еднаква на ем вредноста. односно, доколку големината на писмото е 12 pt, тогаш и должината на долгата црта е 12 pt. Писмото со кое е напишан овој текст е Times New Roman во 11 pt, па ем цртата е долга 11 точки (—). Ова е интерпункциски знак кој се користи за означување на прекин во реченици.

Од единицата ем произлегува единицата en (анг. en, рус. полукегельный пробел), чија димензија е една половина em. Во типографијата, многу побитен елемент е en цртата (анг. en dash, рус. короткое тире) или кратка црта, чија димензија одговара на en димензијата. Нејзината употреба се врзува со потенцирање на вметнати делови од реченица, или уште почесто, меѓу броеви со значење „до“. На пример стр. 10–15. Во овој конкретен пример е искористена кратката цртичка од Times New Roman 11pt, што значи дека нејзината должина е 5,5 pt.

[18] Craig, J . 1999, 23

Кириличните печатени книги со метален слог не содржат кратка црта. Овој карактер во кириличниот метален слог не постоел и поради тоа не бил користен.[19]

Третиот вид на интерпункциска црта, која произлегува од единицата em е цртичката, тире (анг. hyphen, рус. дефис). Нејзината должина е третина од em. Нејзината употреба е широко позната, како цртичка која означува поврзување на збор одделен во два реда, односно е знак кој означува поврзување.



Сл. 9 Долга црта (em dash), кратка црта (en dash), тире(hyphen)

Заклучок

Мерниот систем во типографијата се покажал како неопходен уште во зачетоците на оваа област. Деликатноста на проблематиката довела до развој на два типа системи, едниот со фиксирана апсолутна вредност, потребен за одредување на големината на типографските елементи, и вториот менлив во својата природа, зависен од апсолутниот, задолжен за естетиката на наредениот текст и меѓусебниот визуелен однос на карактерите.

Развојот на западната типографија била основа и длабоко влијаела на терминологијата и техниката користена во кириличната типографија. Сите искуства од развиеното западно европско печатарство, поточно француското, биле референца користена при печатењето на кириличните графички материјали. Со развојот на компјутеризацијата, а со тоа и глобализацијата на типографијата преку софтверите за уредување на текст, заклучоците и определбите на англо-американското поднебје добиваат статус на универзални единици мерки.

[19] Королькова, А. 2007, 97

Summary

The metric system in the typography has proved itself as essential since the beginning of this field. The dainty nature has led to development of two types of systems, one with fixed absolute values, needed to determine the size of the typographical elements, and the second variable in its nature, depending on the absolute, in charge of the esthetic of the text arrangement and the mutual visual relationship of the characters.

The development of the western typography was the base and had a deep influence on the terminology and technique used in the Cyrillic typography. Every experience from the developed western European printing, especially the French, was a reference used in the printing of the Cyrillic printed materials. With the development of the computer technology, and with the globalization of the typography through the text arrangement software, the conclusions and definitions of the Anglo-American field of study get a status of universal measurement system.

Key words: *typography, typography point, measuring system, type size*

Литература

1. Ambrose G., Harris P.: The fundamentals of typography. Lausanne: AVA Publishing SA, 2006
2. Bringhurst, R.: *The elements of typographic style, ver. 3.0.* Vancouver: Hartley and Marks Publishers, 2004.
3. Craig, J.: *Designing with Type: The Essential Guide to Typography.* New York: Watson-Guptill Publications, 1999.
4. Felici, J.: *The Complete Manual of Typography.* Berkeley: Adobe Press, 2002.
5. Феличи, Д.: *Типографика: шрифт, верстка, дизайн.* Пер. с англ. и коммент Пономаренко. Петербург, 2004.
6. Королькова, А.: *Живая типографика*. Москва: IndexMarket. 2007
7. Rabinowitz T.: *Exploring Typography (Design Exploration Series).* Thomson Delmar Learning, 2006.
8. http://en.wikipedia.org/wiki/French_units_of_measurement (1.10.2010)
9. http://cg.scs.carleton.ca/~luc/fabian-point.html (27.09.2010)

391(497.7)

Доц. м-р **Јана МАНЕВА – ЧУПОСКА**

„ОБЛЕКАТА И НАРОДНИТЕ НОСИИ КАКО СИМБОЛИ И ЗНАЦИ“



Слика 1: Фотосесија на шпанскиот фотограф Хрехорио Тривињо (Gregorio Triviño)

Апстракт

Според структурата, овој труд е поделен во неколку поглавја кои ги обработуваат различните аспекти на проникнувањето помеѓу фолклорот и современиот моден дизајн. Преку древните форми на облекување, низ анализа на облеката како симбол и анализа на принципот на македонскиот вез (овде разгледуван преку примерот на мариовската народна носија) и геометризацијата како принцип на дизајнирање, стигнува до аспектите на градската мода во Македонија во XIX век и до аспектите на современите модни теории. Овие современи теории го анализираат феноменот на антимодата, кој во народните носии, според многумина етнолози и антрополози се смета за статична временска категорија, додека феноменот на модата е нестатичен и менлив.

Интердисциплинарниот пристап во анализите на народните носии и модата дава поголем простор во кој се вклучуваат повеќе научни сознанија

од областа на историјата на облеката, етнологијата, антропологијата, социологијата, семиотиката, психологијата итн.

Клучни зборови: Облека, народна носија, симбол, знак, редизајн, геометризација, антимода.



Слика 2: Галички женски народни носии (1903-1908 г.)

Вовед

Ако од современ аспект (семиотика, теорија на комуникации итн.) се анализира облеката како своевидна порака и симбол, ќе се потврди фактот дека покрај нејзината примарна улога да го заштити и стопли човечкото тело, таа испраќа и порака во просторот во кој се појавува. Токму оваа порака ја одредува нејзината секундарна функција, а тоа е да создава идентитети на одредени народи и култури, кои во процесот на создавање на облеката вметнале сопствени естетско - структурни особености, карактеристични само за нив. На тој начин ги добиваме различните визуелни особености во форма на облека кои и денес сведочат за историски постоења на повеќе култури и народи. Така се создава народниот костум кој со своето постоење во себе ги сочувал многуте обичаи, техники на везење, кроење, сликање и декорирање на материјалот.

За многумина модни дизајнери народната носија претставува само поле за истражување каде со современ дизајнерски јазик тие трансформираат одредени древни форми во современи, но неистакнувајќи ја доволно пораката, која како симбол е статична и неменлива, но исклучително важна

за процесот на редизајнирање. Разликата помеѓу народните носии и модата е токму во овој процес на статичност и неменливост, кој, како порака се наоѓа само во народните носии. Неменливоста е во зачувувањето на целосниот процес на создавање заедно со многубројните традиционални техники. За разлика од овој процес, модата има друга улога и функција, таа е менлива, брза и инсистира на нови форми на брзо консумирање и постојано менување.

Фузијата на модата и фолклорот многу често, како современа естетска категорија се применува во разни форми: во форма на колекција, модни додатоци и накит, дизајн на обувки, како цртеж или модна илустрација, докажувајќи на тој начин дека принципот на истражување во фолклорот може да биде еден од начините за создавање различни современи модни форми. Дизајнерските идеи, концепти, мисли и емоции, како особено важни карактеристики во дизајнот, секогаш се голем предизвик за создавање на посебен и различен креативен идентитет, создавање на вистински современи принципи во кои се застапени ваквите вредности. Поради сите овие значајни фактори, во процесот на дизајнирање повторно се нагласува фактот дека дизајнот ја испраќа сопствената порака во просторот, независно дали таа порака и знак се создадени во некои минати времиња или пак во денешно време. Пораката и знакот треба да создаваат идентитет со точно определена цел, а тоа зависи токму од начинот на кој е создадена и адресата кому таа порака е упатена.

Низ истражувањето на етно - географските, етно - културните и историските карактеристики на Македонија, се доаѓа до фактот дека народните носии и од ова поднебје, како и секаде во светот, претставуваат специфичен невербален симбол. „Со помош на народната носија човекот отсекогаш му праќал одредени пораки на набљудувачот, на тој начин комуницирал со средината во која живеел, со што народната носија преминува во симбол“[1].

Облеката во себе носи две пораки преку кои се преклопуваат и допираат два аспекта, две нејзини функции: од една страна таа го штити телото, го ограничува и затвора, од друга страна таа се отвора кон надворешниот простор, кон нејзиното опкружување. На овој начин облеката ја напушта својата основна функција на заштита и станува средство за комуникација.

Анализирајќи ја само како форма, облеката сама по себе има многуслоен состав. Ја сочинуваат повеќе елементи: долни облеки, горни облеки, елеци (кратки и долги), обувки, повеќе покривала за глава, накит, различни додатоци како што се копчиња, везени додатоци поврзани во една целина итн. Но, како дел од визуелната комуникација, како знак и симбол секој детаљ од облеката содржи стилски обележја и повеќе значења. Како

[1] *Мирчевска М. П. 2007, 207*

визуелен документ на одреден период и време, како израз во кој човекот непосредно ги бележи сите промени на индивидуален или на општествен план, облеката ги отвора можностите за истражување на повеќе научни полиња низ интердисциплинарен пристап, во кој се застапени разни научни дисциплини: историја, историја на уметност, антропологија, етнологија, семиотика, социологија, психологија итн. Преку ваквата рамка која, како метод претставува комплекс на кохерентни, конзистентни и синтетизирани научно верификувани сознанија, научно теоретски правила и норми, мисловни и практични дејности, се стигнува до нови научни сознанија како придонес во научната сфера од областа на етнологијата и применетата уметност и дизајн.



Слика 3: Делови и детали од повеќе женски народни носии

Анализа на проблематиката

Материјалната култура во Македонија манифестирана преку облеката се рефлектира низ видливите траги од повеќе култури кои со векови го населувале овој простор. Можат да се препознаат старобалканските, старословенските, византиските и ориенталните влијанија во облеката, со додавање на одредени нови форми. Најрепрезентативната форма на облекување е забележана во народните носии од XIX век каде се зачувани поголем дел од оригиналните обележја на македонските народни носии преку кои се запознаваме со тогашниот начин на облекување.

Народната носија остава можност да се даде и да се прими порака. Ре - дизајнот, како современ процес на дизајнирање овозможува самостојно да се комуницира со неа, а од друга страна во себе го содржи народниот костум како поле за истражување и инспирација за создавање на современа облека, при што, за време на процесот на дизајнирање, се применуваат повеќе различни модни принципи на изразување.



Слика 4: Детал од машка народна носија - машки кожни обувки „опинци“

Покрај технолошката изработка на македонските народни носии постојат многу други забележителни и впечатливи естетски елементи, како што е, на пример, геометризираниот вез, кои, според својата естетска форма наликуваат на сериозен современ моден потпис. Употребата на принципот на геометризација во македонските народни носии, кој најчесто е во форма на вез во одредени делови од носијата, во модниот дизајн се одредува како процес на стилизација, односно поедноставување или трансформација на одредена форма. Геометризацијата како израз претставува современо модно дизајнерско обележје кое во себе носи значајна порака и го бара симболот

кој би требало да се препознае во ваквата модна дизајнерска форма на креирање облека.



Слика 5: Фотосесија на шпанскиот фотограф Хрехорио Тривињо (Gregorio Triviño)

ОБЛЕКАТА КАКО ЗАШТИТА НА ЧОВЕЧКОТО ТЕЛО

Облеката во текот на историјата се развивала и менувала во зависност од општествените промени, културните и политичките феномени присутни кај одредена човечка заедница. Преку историските артефакти се проследуваат промените на облеката и нејзините специфики почнувајќи од првите почетоци на некроена облека, па сé до денешните усовршени процеси на производство на различни материјали и кроеви. Преку ваквиот развој, низ вековите, јасно се изразува човековата потреба за креативност, за создавање на одредени форми и декорации, за создавање сопствен креативен идентитет изразен преку облеката.

Облеката се дефинира како потреба на човекот да го заштити своето тело поради временските и хигиенските услови, но некои истражувања откриваат и еден друг аспект за појавата на облеката: „Според други

облеката се појавила поради чувството на срам т.е. човекот почнал да се облекува за да ги покрие своите полни органи“[2].



Слика 6: Неандерталски човек

Почетоците на облекувањето можеме да ги проследиме уште од дамнешни времиња со појавата на пештерското сликарство и претставата на првиот човек - хомо сапиенс. Во пештерните претстави можат да се забележат сцени од животот на човекот и неговата потреба од лов за да се прехрани, но и да го заштити своето тело од временските услови. Со појавата на огнот облеката веќе можела и да се обработува со примитивни методи, со цел таа да биде функционална и пријатна за носење. Поради крутоста на необработените кожи од животни, тие морале да се потопат во садови со вода измешани со различни растенија, потоа добро да се изварат, а после сушењето се моделирале според потребите за заштита на телото. Во потрага по сé поголем комодитет и пријатност за носење на ваквата облека, човекот измислувал разни начини и техники за да го постигне сето тоа. Започнал и со процесот на штавење на кожите. Штавењето, за разлика од првичните обиди за омекнување на кожите со варење, претставувало целосно омекнување низ долготраен процес на киснење на кожата во одреден растителен раствор кој најчесто се состоел од вода и кора на врба. Потребата од заштита на целото тело го поттикнала примитивниот човек да почне да размислува да создаде повеќе парчиња на облека, а не само наметка која нецелосно го покривала

[2] *Вакарелски Х. и др. 1941, 6*

телото. Така се стигнало до револуционерниот пронајдок - иглата за шиење, која всушност била изработена од коска од животно и служела тие парчиња облека да бидат сошиени и споени како единечна облека.

Проучувањето на историјата на облеката има за цел да истакне неколку аспекти на социјалниот живот, кои помагаат за полесно дефинирање на одредени епохи, одредувајќи го стилот на живеење, надворешниот простор и архитектурата, внатрешниот простор, односно дизајнот на ентериерот, материјалите кои биле употребувани и многу други податоци.



Слика 7: Престава на неандерталско семејство во Музејот на африканска уметност во Париз

ОБЛЕКАТА КАКО ЗНАК ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈА

Додека во модерните општества облеката функционира како културна метафора за телото, во претходните епохи, само телото било симбол за истакнување и акцентирање на културната симболика на одредени заедници. Проучувајќи ги артефактите на одредени култури, етнологијата и антропологијата го потврдуваат научниот факт дека луѓето од примитивните заедници се занимавале со телото и сите интервенции на него, вклучувајќи ја и облеката. Говорејќи за „украсувањето“, како најважен естетски сегмент во облекувањето, антрополошката теорија разликува две основни категории на украсување: телесно и нетелесно. Во првата група спаѓаат декорации и украсувања кои се директно нанесени на телото, како што се сликање на тело, тетовирања, одредени засеци и осакатувања на телото. Во втората група спаѓаат сите елементи на создавање на облека, од базичен крој до детали и накит.

Етнологијата постојано го негува научниот интерес за сензибилитетот на луѓето во однос на облеката и телото. Таа ги препознава сензибилните искуства и ги уважува сложените меѓучовечки односи кои се препознаваат со помош на облеката во одредени заедници. Етнологијата се занимава со анализа на човечкото тело и облека односно со емоционалниот однос на поединецот или заедницата кон носијата. Таа ја истакнува улогата на носијата која произлегува од одредена културна заедница, заедно со нејзините естетски и структурни карактеристики.



Слика 8: Африканска жена од племето „Кикују“ облечена во традиционален костум

ОБЛЕКАТА КАКО СИМБОЛ

Потребата за категоризација на поимите облека и костум довела до нивно различно дефинирање во науката. Облеката се дефинира како текстилна основа која се става на човечкото тело за да го заштити од

надворешни фактори. Костумот се дефинира како постапка на украсување и декорирање на телото со облека. Различните начини на облекување создале одредени ритуали кои имаат и симболичко значење, својствени за одредени етнички заедници и народи. Оттука носијата не била само материјална туку и духовна потреба на човекот. „Носијата е своевидна материја преку која можат да се согледаат разни процеси на културните настани и влијанија, како и врските со другите, пред сé со соседните народи и култури“[3]. Облеката имала и магиско - обредна функција, преку неа се манифестирала и истакнувала територијалната припадност, етничкиот идентитет на оној кој ја носи, семејната положба, но и меѓусебните општествени односи на генерациите од различни возрасти.

Во Македонија истражувачите на оваа проблематика го потврдуваат фактот дека во начинот на облекување се преплетуваат многу слоеви на различни култури. „По старобалканското и античко влијание се надоврзува и облекувањето на старите Словени, потоа се надоврзува влијанието на византиската цивилизација, па сé до најновите струења од Запад“[4].

Македонските народни носии во себе како највпечатлив визуелен елемент го содржат геометризираниот вез кој е создаден како орнамент и претставува симбол карактеристичен само за македонските народни везови. Преку тој елемент се создава специфичен сопствен културен идентитет. Го има во сите носии на целата територија на Македонија, во различни форми и колорит. Ваквата везена геометризирана декорација, заедно со прекрасната ориентална композиција, техника на изведба и колорит, инсистира на потребата од потрага по симболи во неа.



Слика 9: Македонски вез со примена на геометризација

[3] *Здравев Ѓ. 1996, 9*
[4] *Петрушева А. 1996,143*

Мариовската носија како дел од македонското културно фолклорно богатство се вбројува во носиите со карактеристичен геометризиран вез. Богатата и развиена орнаментика од најразновидни форми и декорации, упатува на симболика со сопствено значење. Симболичкото значење не може во целост да се одреди, иако понекогаш се забележуваат директни асоцијативни форми како што се флоралните, животинските и стилизираните човечки фигури. Ваквата енигма уште повеќе го поттикнува истражувањето на употребата на симболите во облеката и народните носии. „Честопати и не е јасно што претставуваат некои орнаментални форми, па нивното толкување е засебен проблем за решавање. И покрај тоа што имињата на многу орнаментални форми се поврзани со претстави од реалниот свет, нивната геометриска интерпретација најчесто ги чини непрепознатливи“[5].

Овој податок говори за фактот дека различните цивилизациски епохи придонесле во оформувањето на народните носии во Македонија, во создавањето на карактеристичните традиционални форми и декоративни елементи кои асоцираат на дамнешните епохи кога биле создавани. Многубројните народни носии, со нивниот различен начин на украсување и декорирање како естетска форма, придонесуваат за потврдување на фактот за исклучителното македонско културно богатство изразено преку фолклорот.



Слика 10: Мариовска женска невестинска носија

[5] *Крстева А. 2007, 18*

ГРАДСКА МОДА

Македонија во XIX век била составен дел од Отоманскиот султанат. Во почетокот на XIX век сé уште била дел од таканаречениот Румелиски елајет во кој заедно живееле многубројни етнички заедници: Македонци, Власи, Роми, Албанци, Евреи. Доминантната турска култура наметнала ориентален стил на облекување и извршила големо влијание врз обичаите на месното население. Облеката, како и влијанието од Истокот, биле наречени „а ла турка“. Традиционалниот ориентален стил „а ла турка“ на почетокот го следеле само побогатите семејства кои поради економските прилики биле во можност да се облекуваат на тој начин. Традиционалниот ориентален стил „а ла турка“ постепено го губел значењето отстапувајќи и го местото на новата европска мода која во Македонија се нарекувала „а ла франга“.

Втората половина на XIX век била период кога во македонските градови се создале поповолни услови за трговска размена со повеќе земји: размена на суровини со трговски артикли, напредувала домашната мануфактура, се зголемувал трговскиот промет. „Се одржувале големи годишни панаѓури и во Македонија, во поголемите градови: Струга, Серез, Прилеп, Охрид, Дорјан и др.“[6]. Во време на нивното одржување занаетчиите го разменувале своето годишно производство со домашните и странските трговци. Потребата за транспорт на стоки во големи количини наменети за панаѓурите и за секаков вид трговија условила да се појави кирациството како посебна професија. Македонските трговци тргувале со Солун, Одеса Киев, Цариград. Трговците од Македонија најчесто биле Евреи, Власи и Латини. Увезувале различни материјали, чоја, басма, памучен конец, различен накит. Во 1873 год. била пуштена во употреба новата железничка линија на релација Скопје – Солун, а подоцна и до Белград. Тоа создало услови за брзо продирање на европската мода во Македонија. Многубројните студенти кои се школувале во Европа ги следеле модните движења во големите европски градови.

[6] *Здравев Ѓ. 1991, 19*



Слика 11: Девојка од Велес облечена „а ла турка“ (1928 г.)

Со зајакнувањето на граѓанството во Македонија, особено во поголемите градови, се создале поволни услови за појава на градскиот костум. Побогатите семејства инсистирале на следење на новата европска мода која сериозно навлегла и во Македонија кон крајот на XIX век. Со појавата на новиот начин на облекување паралелно се појавиле и нови занаети кои се разликувале од оние од времето на доминацијата на „а ла турка“ стилот: „френк“ терзии, моделари и кројачи на женска и машка облека, чевларски, пегларски занаети, шапкари, итн.



Слика 12: Девојки од старо велешко семејство облечени „а ла турка“ (1928 г.)

НАРОДНИТЕ НОСИИ И МОДАТА

Теоријата на модата познава повеќе теории и практики преку кои ја проучува модата, како современата, така и древната: класна, модернистичка, антрополошка, психоаналитичка, семиотичка, феминистичка и постмодернистичка теорија.

Народните носии, кога ќе се споредат со модниот дизајн, според теоријата на модата припаѓаат во т.н. класификација „антимода“. Антимодата функционира на мали простори, но временски е долготрајна, додека современата мода се шири и функционира на поголеми простори, но трае во краток временски период. Антимодниот код е поврзан со традицијата како статична форма, на помал географски простор. Научните студии поврзани со овој феномен говорат за статичност на антимодата, која не се однесува на народните носии бидејќи низ повеќе столетија се докажува спротивното, т.е. дека носиите всушност не се целосно статични. Тие се променливи, но најмногу во однос на нивната естетска и структурна форма. Тие претрпуваат видливи визуелни промени во однос на формата, материјалите, декорациите и сите додатоци кои се карактеристични за одредени културни заедници и временски периоди. Статичноста пак, од друга страна, се должи на традицијата која ги заштитува ваквите носии од драстични промени и од влијанија на други култури. Целиот процес на создавање, многубројните техники на изведба на носиите (техники на

кроење, на шиење и боење) се заштитени со традицијата како непроменлива и статична категорија. Вредностите на фолклорот, убавините на народните носии се содржат токму во ваквата „традиционална статичност“.

Американскиот антрополог Тед Полхемус (Ted Polhemus, 1947) се занимава со функцијата на антикодот и тој во своите анализи ја сместува народната носија во оваа категорија. Истражувајќи повеќе култури на пет континенти тој насекаде го воочува истиот факт - дека промените се само во естетските и структурните вредности, додека улогата на антимодниот код е во поимот на „непроменливост“, во една временска долготрајност при што се зачувуваат традиционалните вредности на облекувањето на народниот костум.



Слика 13: Фотосесија на шпанскиот фотограф Пако Перехрин (Paco Peregrin)

Во ваквиот процес на дефинирање на антимодниот код големо влијание имаат и текстилните материјали. Независно дали тие биле употребувани за шиење на облека или пак за декорирање и украсување, тие извршиле големо влијание во потврдувањето на идентитетот на одделни култури. Многубројните ритуали и нивното значење низ времето покажуваат дека ткаенината исто така сведочи за многубројните морални и етички прашања, богатства и сиромаштии, разлики меѓу половите, различните политички легитимитети и дава одговори на одредени прашања.



Слика 14: Фотосесија на шпанскиот фотограф Пако Перехрин (Paco Peregrin)

Заклучок

Целта на овој научен труд е да ја акцентира взаемната поврзаност помеѓу облеката и нејзината основна функција во заштитата на телото и народниот костум или носија, која пак во себе ги крие сопствените пораки и симболи како идентификација на повеќе етникуми од различни временски периоди. Од друга страна, текстов ја акцентира и потребата на современите модни дизајнери, кои, преку принципот на редизајнирање својата инспирација многу често ја бараат во фолклорот. Трет аспект на текстов е анализа на генезата на градската мода во Македонија, која исто така била под влијание на општествените промени и различните културни влијанија.

Во македонските народни носии се препознава процесот на уметничко создавање и пресоздавање на везени елементи, како форма исполнета со симболи и знакови кои не можат во целост да се преведат, а во тоа и е всушност улогата на симболот, во него да се бараат повеќе значења од етнолошки, антрополошки, семиотички и психолошки карактер. Мариовската народна носија е пример за совршен везен геометризиран ориентален елемент кој се

појавува со свои ликовно - естетски карактеристики: композиција, колорит, техники на шиење и везење, и на тој начин, преку ваквите ликовно - естетски форми ја пренесува пораката до реципиентот.

Орнаментиката во народните носии повторно ја акцентира поврзаноста на модата и народните носии, како архаични предци на современите модни текови. Во модата е застапена стилизацијата како поедноставена и трансформирана форма, а во народните носии се употребува геометризација, создадена од генерации жени од изминатите епохи, кои опстојувале во патријархална средина и кои на сосема природен и спонтан начин, со својата рачна работа, несвесно допирале до различни ликовни претстави преполни со симболика.



Слика 15: Фотосесија на шпанскиот фотограф Пако Перехрин (Paco Peregrin)

Summary

The purpose of this scientific research is to accentuate interconnection between clothing and its basic function in the conservation of body and traditional costume or "nosija", which is hiding in itself its own messages and symbols as identification of more ethnicities from various periods. On the other hand, this text

is also accentuating contemporary fashion designer's needs, which quite often are searching their inspiration in folklore, through the principle of redesign. The third aspect of this text is analysis of the genesis of city clothing in Macedonia, which has also been under the influence of social changes and different cultural influences.

In Macedonian traditional costumes the process of art creating and recreating of embroidered elements is identified as a form fulfilled with symbols and signs which can't be fully translated, and there actually lies function of the symbol, to search through him many ethnological and anthropological, semiotic and psychological meanings.

Traditional costume from Mariovo is example of a perfect embroidered oriental geometrical design which contains his own artistic and esthetic characteristics: composition, colors, techniques of sewing and embroidering and through those artistic and esthetic forms he's transferring the message to the recipient.

The ornamentation in the traditional costumes accentuates again connection between fashion design and traditional clothing, as archaic ancestor of contemporary fashion styles. In actual fashion design the stylization as more simplistic and transformed form is represented, and in traditional costumes geometrical design, created by generations of women from passed epochs, which lived in patriarchal ambience and which through quite natural and spontaneous way, through their handmade work, unconsciously arrived to the different visual images fulfilled with symbolism, is used.

Key words: *Clothing, traditional costume, symbol, sign, redesign, geometrical design, anti-mode.*

Литература

1. Вакарелски Х., Ивановъ Д.: *История на облэклото*. София: Печатница Кехлибаровъ. 1941.
2. *Етнологија на Македонците*. Скопје: МАНУ. 1996.
3. Здравев Ѓ.: *Македонски народни носии I*. Скопје: Матица македонска. 1996.
4. Крстева А.: *Ликовно-естетските карактеристики на мариовската носија*. Скопје: Скенпоинт. 2007.
5. Малинов З.: *Традицискиот народен календар на шопско-брегалничката етнографска целина*. Скопје: Институт за фолклор „Марко Цепенков". 2006.
6. Мирчевска М. П.: *Вербални и невербални етнички симболи во Горна Река*. Скопје: Универзитет „Св. Кирил и Методиј" – Скопје, Природно-математички факултет, Институт за етнологија и антропологија. 2007.
7. Петрушева А.: *Народните носии*. *Етнологија на Македонците*. Скопје: МАНУ. 1996:143-176.
8. Cvitan-Černelić M., Barlett Dj., Vladislavić A. T. (prir.): *Moda - povijest, sociologija i teorija mode*. Zagreb: Školska knjiga. 2002.

766 : 004(497.7)

Доц. м-р. **Игор СЕКОВСКИ**

ДИГИТАЛНИОТ ПЛАКАТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Апстракт

Историјата на графичкиот дизајн, поконкретно на дизајнот на плакатот во Македонија е сè уште недоволно истражена област. Иако оваа област е скромна по својот обем кај нас, сепак постои големо поле за истражување. Технолошките и изразни можности на плакатот претставуваат обемна материја која постојано се надополнува и менува. Недоволната развиеност на оваа област кај нас, доведува и до недоволна или несоодветна терминологија, па поради тоа многу од термините се заменуваат со странски. Потребата од посериозно истражување во областа на графичкиот дизајн и плакатот е од особена важност не само во образовниот процес, туку и како општ интерес за подигнување на нивото на стручноста и науката од оваа област во Македонија.

Клучни зборови: *Македонија, графички дизајн, дигитален плакат, технолошки развој, софтвери, современи печатарски стилови, образование.*

Дискусија

Од создавањето на македонската држава (1944) па до денес (2010) македонската применета уметност (графичкиот дизајн) како дел од македонската култура и уметност отсекогаш била запоставувана и недоволно истражена област. Треба да се има предвид дека за разлика од ликовната уметност, графичкиот дизајн во Македонија по Втората светска војна, бил без било каква основа, односно графичкиот дизајн како поим скоро и да не постоел. Во тој период на ликовните уметници им било предизвик да се занимаваат со дизајн, особено со плакати. Се` што било поврзано со графичкиот дизајн било изработувано од ликовните уметници. Професијата графички дизајнер не постоела во онаа форма каква што е денес.

Иако оваа област е скромна по својот обем кај нас (споредено со земјите во околните земји, а и во светот), сепак постои големо поле за истражување. Фокусот на сегашниов преглед е всушност една гранка од применетата уметност, односно развојот на плакатската уметност во Македонија, но не историјата на плакатот почнувајќи од првите агит-проп плакати користени во политичко пропагандни цели па се` до денешните мега

плакати (билборди, електронски дисплеи) наменети за маркетиншки и рекламни цели, туку дигиталниот плакат во Македонија, туку да се даде посебен акцент на техничко-технолошкиот развој во пристапот и процесот на дизајнирање од почетокот на создавање на делото до финалниот производ.

Во светски рамки, од своето создавање како посебна гранка во графичкиот дизајн, плакатот отсекогаш бил барометар на социјалните, економските, политичките и културните промени и настани, техничко - технолошкиот развој, а исто така и огледало на секојдневниот живот. Се разбира дека општеството, уметниците и дизајнерите во Македонија не биле имуни на овие промени и настани кои што се прелевале кај нас и секако дека истите имаат големо влијание во создавањето на правците, стиловите и категоризацијата на плакатите според хронологијата и намената.

Технолошките и изразни можности на плакатот претставуваат обемна материја која постојано се надополнува и менува. Односно на почетокот во процесот на дизајнирањето е употребата на мануелното low tech (скици, илустрации, примитивни графички техники, колажи, шаблони, сликање и мали серии на плакати со максимални димензии на Б0 формат, мал избор на врсти на хартија), за разлика од сегашното дигиталното high tech (компјутер, специјални апликативни софтвери за дизајн, бескрајни можности на дигитално печатење без разлика на димензиите и материјалите врз кои што се печати).

Недоволната развиеност на оваа област кај нас, доведува и до недоволна или несоодветна терминологија, па поради тоа многу од термините се заменуваат со странски. Ова конкретно повеќе се однесува на користењето на софтверски пакети за дизајн, на типографските елементи и новите современи дигитални печатарските техники за изработка на плакатот.

За разлика од кај нас, западната култура и културите на Далечниот исток (Јапонија) со векови го истражуваат дизајнот на плакат од историски, техничко-технолошки и ликовен аспект. Овие истражувања придонеле до создавањето на многубројна литература, која што се` уште е тешко достапна во Македонија и која што конкретно се однесува на историскиот развој на плакатот, менувањето на ликовните форми низ вековите, стиловите, печатарските технологии, различните видови на категоризации, принципи и правила кои се употребуваат во дизајнот на плакатот.

Секој плакат носи порака што треба да ја забележиме: реклама на производ или кампања, покана на одреден настан, агитација на некоја идеја, итн. За да ги исполни сите овие задачи, плакатот треба да биде забележан од што е можно повеќе луѓе. Поради тоа плакатот треба да биде изложен на што повеќе места за што се неопходни значителен број копии.

Од практичен аспект плакатот може да даде информации за политичката ситуација, намерите на владата и најважните финансиски резултати, како и за вообичаените или имагинативните решенија на проблемите. Може да пренесе информација за социјалните состојби, но исто така може пошироко да илустрира повеќе таинствени субјекти, како што е менување на формата на ликовната уметност, област која што влијае врз уметниците кои се занимаваат со изработка на постери. Може да даде информации за високата и поп-културата, а воедно и за интересот на луѓето.

Од една страна значајно ги демонстрира потребите на потрошувачите, а од друга страна потрошувачките продукти[1].

Според Макс Бенсе:

„плакатите - нивните објекти и аргументи се „мрежи“ во кои желбите на луѓето треба да бидат фатени“

Продуктите често се поставени необично во плакатот; претставени се во нереални опкружувања од супер-реалистична точка на гледање. Така да постерот ги глорифицира работите во обид да манипулира со нашето однесување.

Повторно според Бенсе:

„плакатот ги зацврстува вредностите и стандардите со своето изразување, ги истакнува настаните и го гледа светот однадвор. Тоа е она што го прави толку живописен.

Премногу живее во моментот и неговата атракција се заснова на неговата супер - реалност, но исто така и на неговата транспарентност“

Новите искуства и знаења постојано ја стават во прашање ефикасноста на плакатот, но тој постојано се обновува себеси со откривање на нови форми на експресии и ставови, родени од борбата на графичкиот уметник со дизајнерските и техничко - технолошките проблеми во неговото време.

Секако, денес плакатот (покрај телевизијата) е еден од најзначајните начини на комуникација помеѓу произведувачот и потрошувачот, организаторот и учесникот. Тој ги исполнува економските, културните, политичките или социјалните идеи, иако главно во субјективното чувство на

[1] Josef Muller-Brockmann and Shizuko Muller-Brockmann. *History of the poster,* Phaidon Press Ltd; New edition edition (2004)

клиентовото барање, но не и во објективните чувства за функционалност и потреба.

Како продолжена рака на клиентот, треба да ги води гледачите до производот и да апелира на таков начин што пораката ќе го најде својот пат до нивната потсвест, со тоа што ќе продолжи да делува таму и ќе сугерира позитивна атмосфера за производот што се рекламира.

За да го направи ова, плакатот мора да воспостави контакт со гледачот преку сликата и текстот. Идејата на дизајнот е да го разбуди интересот и пораката.

Затоа според задачата тој има многу функции. Може да информира, стимулира, активира, мобилизира, образложува, сомнева, провоцира, мотивира и убедува или пак сите овие работи ги става заедно.

Задачата на плакатот не би требало да биде ограничена само на едноставна комуникација помеѓу произведувачот и потрошувачот, туку што придонесува на нивната естетска свесност и свесноста за другите луѓе околу нас. Плакатот кој што денес го среќаваме насекаде, долго време бил значаен елемент кој ја формирал нашата околина[2].

Плакатската уметност во Македонија, од нејзината појава до денес, најчесто била диктирана од опкружувањето (некогашна СФРЈ) и / или од светските трендови. Како научна област досега не е проучувана и истражувана. Оттаму е и потребата да се постави темел на една ваква научна област и во македонски рамки, посебно во периодот по независноста на Македонија како самостојна држава. Можеби на тој начин ќе се пронајдат корените на создавањето и користењето на плакатот во современиот македонскиот дизајн, а истовремено ќе се откријат и влијанијата во оваа област на дизајнот во Македонија, како и индивидуалниот национален придонес (ситуацијата е слична како и во ликовната уметност, каде исто така е неопходно разграничување на странските влијанија од автентичните национални вредности). Тука е многу значајно за трансформирањето на македонскиот плакат во техничко технолошка смисла, односно дали дигитализацијата на општеството и примената на новите технологии во дизајнот влијаат врз начините, правилата и системите на дизајнирање.

Од техничко технолошки аспект литографијата на Alois Senefelder (триесеттите години на 19-от век) вовела во уметноста една дотогаш непозната техника за репродукција, која што пак ќе го смени текот на плакатската историја.

Овој процес на печатење на рамно, овозможил да постои скала на тонови во сите нијанси од црно до бело, како и во сите посакувани формати

[2] Josef Muller-Brockmann and Shizuko Muller-Brockmann. *History of the poster,* Phaidon Press Ltd; New edition edition (2004)

и неограничен број на копии. Цената на ова високо квалитетно печатење била зачудувачки ниска. Уметниците кои ја прифатиле оваа техника со воодушевување можеле да ја добијат истата фина диференцијација и сиви тонови во репродукцијата како и во оригиналниот цртеж.

Два века подоцна (денес) формите на изработка на плакати се бескрајни од технолошка и материјална природа. Почнувајќи од начинот на дизајнирање, продуцирање до крајниот момент на изложување. Тука пред се станува збор за димензиите и материјалите на кои што се печатат новите форми на плакати, па се до најновите претстави на електронски дисплеи и 3Д системи. Тука пред сè би ги спомнал основачите и следбениците на Баухаус школата и нивното гледање на историјата како мртва, истовремено отфрлајќи ги скоро сите параметри врз кои нивните претходници работеле. Сето ова авангардно мислење е главната компонента на графичкиот дизајн, каде што се бега од минатото со цел да се истражуваат можностите на иднината.

Според Боб Гордон и Меги Гордон[3], како почеток на дигиталната револуција во дизајнот на плакатот, а и воопшто графичкиот дизајн се смета пуштањето во продажба на Apple Macintosh во 1984 година, односно со замената на текстуално основаните операции со „GUI“ (graphical user interface) со што корисникот интерактивно почнува да ги користи графичките симболи на екранот.

Од тогаш па наваму, многу специјалности и занаети станаа речиси непотребни. Голем дел од одговорноста од технички аспект е префрлена на компјутерскиот десктоп и дизајнерите се принудени да усовршуваат нови вештини почнувајќи од управување со различни софтверски пакети до дигитално презентирање на бојата и процесите вклучени во репродуцирање на дигиталниот контекст во печатењето или екранот. Сепак има неколку аспекти кои релативно не се променети од технологијата. Тука спаѓа генерирањето и развивањето на идеите и концептите, дизајнерските и типографските принципи и решавањето на креативниот проблем. Ова се сите атрибути кои го разликуваат графичкиот дизајн од другите професии. За среќа дигиталните технологии создадоа првокласни алатки за истражување, проширување и реализирање на идеите на побрз, пофлексибилен и многу поевтин начин.

Традиционално, печатењето било поврзано и влијаело врз начинот на работа на дизајнерите. Но развојот на печатењето во дваесеттиот век доживеа невидена револуција, почнувајќи од високиот печат, офсет литографијата до компјутерското сложување кое што конечно беше апсорбирано од персоналните компјутерски системи.

Калибрацијата на боите се решава автоматски низ процесот, земајќи имиџи од камера, скенер и директно се испраќаат во печат. Во пракса

[3] Bob Gordon and Maggie Gordon. *The Complete Guide to Digital Graphic Design;* Thames & Hudson; Revised edition (2005)

дизајнерите сепак имаат многу комплексна работа во овој процес, бидејќи нивната задача е да го следат процесот од почетокот до финалниот резултат.

Дигиталната технологија е денес толку развиена, што младите дизајнери се прашуваат дали зборот „дигитално“ е воопшто потребно да се употребува. Но, графичкиот дизајн се наоѓа во постојана револуција. Како пример ќе ги земам графичките софтвери кои што се употребуваа пред една деценија, а сега нивните основни методи се изменети до непрепознатливост. Постојано се појавуваат нови софтвери кои што развиваат нови стандарди, било технички или практични.

Сега се поставува прашањето за во иднина:

- со какви нови медии ќе се среќаваме?
- како ќе се дизајнира и
- со какви алатки?

Ваквата промена е неминовност која што треба потполно да се поддржува и застапува, но она што е многу значајно е дека уметникот – дизајнерот мора да има искрен и професионален однос кон она што го работи и на тој начин највидливо да ја открие, а истовремено да ја потисне уметничката и дизајнерската неписменост (прикриена преку новите технологии) со што директно се влијае врз аматеризмот на дизајнот во Македонија со кој се среќаваме секојдневно. Тука голема одговорност и влијание има професионалното дизајнерско образование, кое што во Македонија е на почеток.

Поради тоа има потреба да се одговори на следните прашања:

- Какви се почетоците и развојот на дигиталниот плакат во Македонија?
- Кои и какви биле влијанијата врз развојот на дигиталниот плакат во Македонија?
- Кои се клучните техничко - технолошки промени кои директно влијаеле врз дизајнерскиот процес од неговиот почеток до финалниот производ?
- Какво е влијанието на компјутеризацијата во дизајнот?
- Дали отворањето на големи можности со дигитализацијата на дизајнерскиот процес го поместило на повисоко ниво или го деградирало македонскиот дизајн?
- Дали можноста за голем избор на „готови дизајнерски решенија” преку лесната достапност на специјални дизајнерски апликативни софтвери и интернетот највидливо ја откриваат уметничката и дизајнерската неписменост со што директно се влијае врз

аматеризмот во македонскиот дизајн со кој се среќаваме секојдневно?

- Позиционирањето на македонскиот современ плакат во светот?
- Дали функцијата на плакатот да има високи естетските вредности, а истовремено неговата улога брзо да пренесе порака или пак информација, е условена од многу параметри поврзани со човечкото сетило за вид, човековата психологија, економските, политичките, социјалните, културните влијанија?
- Какво е влијанието на високообразовните дизајн институции во Македонија врз современиот македонски плакат?
- Иднината на дигиталниот плакат во Македонија?

Заклучок

Високообразовниот процес во Македонија од областа на графичкиот дизајн, односно дизајнот на плакат, упатува на потреба од едно поопсежно истражување во оваа област, конкретно на неминовноста на дигитализацијата во процесот на создавање на плакатот. Таа потреба се чувствува и кај студентите посебно во делот кој што се однесува на историјата на дигитализација и развојот на плакатот во Македонија со термини, форми и стилови. Изучувањето на македонскиот плакат е најчесто инцидентно и компаративно и обично се толкува во контекст на она што се работи во исто време во Европа и светот.

Потребата од посериозно истражување во областа на македонскиот графичкиот дизајн и плакат е од особена важност не само во образовниот процес, туку и како општ интерес за подигнување на нивото на стручноста и науката од оваа област во нашата земја.

Summary

The higher education in the field of the theory of graphic design and poster design in Macedonia points to the need of a broader research in this field, in specific to the necessity of the digital process in poster design. This necessity is present when working with students, especially in the segment of the history of the digital process and the development of the poster design in Macedonia. The research concerning the Macedonian poster is usually sparse and comparative in the context of the European and world trends.

The study of Macedonian graphic and poster design is important not only in the process of education, but also for the development of the professional standards and the theory of this field in our country.

Key words: *graphic design, Macedonia, digital poster, technologic development, software, contemporary printing styles, education.*

Литература

1. Aynsley, J.: *Century of Graphic Design;* Barron's Educational Series (2001)
2. Drucker, J.. McVarish,E.: *Graphic Design History, A Critical Guide*, Prentice Hall; 2009
3. Fiell, C. P.: *Design of the 20th Century*, Taschen, Koln, London, Los Angeles, Madrid, Paris, Tokyo, 2005
4. Gordon, B..Gordon, M.: *The Complete Guide to Digital Graphic Design;* Thames & Hudson; Revised edition (2005)
5. Haslam, A.: *Book Design*; Harry N. Abrams, Inc." (2006)
6. Heller, S.: *Design Literacy. Understanding graphic Design*. Allworth Press, School of Visual Arts, New York, 2004
7. Hollis, R.: *Graphic Design, A Concise History,* Thames and Hudson, London, 1994.
8. Lidwell, W. Holden, K. Butler, J.: (2003).*Universal Principles of Design*. Rockport
9. Lidwell, W.. Holden, K.. Butler, J.: *Universal Principles of Design;* Rockport Publishers (October 1, 2003)
10. Muller-Brockmann, J.. Muller-Brockmann, S.: *History of the poster,* Phaidon Press Ltd; New edition edition (2004)
11. Noble, I.. Bestle, R.: *Up against the Wall: International Poster Design;* Rotovision; illustrated edition (2002)
12. *Posters…Japan 1800's-1980.* The Bank of Nagoya, Ltd, Tokyo, 1989
13. Resnick, E.: *Design for Communication: Conceptual Graphic Design Basics;* Wiley (2003)
14. Rossi, A.: *Posters,* Paul Hamlyn, London, New York, Sidney, Toronto, 1966
15. Williams, R.: *The Non-Designer's Design Book, Design and Typographic Principles for the Visual Novice,* Peachpit Press, Berkley, CA, 2004

801.73

Доц. м-р **Иван БЛАЖЕВ**

ЦИТАТОТ И МОНТАЖАТА КАКО ОПЕРАТИВНИ ПОСТАПКИ И СТРУКТУРНИ МОДЕЛИ НА ГРАДЕЊЕ НА УМЕТНИЧКО ДЕЛО

Апстракт

Предмет на овој текст е дефинирање и анализа на употребата на постапките на цитирање и монтажа, како и нивното значење во стратегијата на креирање на ново уметничко дело. Постапките на цитирање и монтажа ќе бидат доведени во релација со термините како текст, цитатност, апропријација и интертекстуалност и ќе бидат разгледувани во контекст на постмодерната уметност. Концептот на оригиналност исто така ќе биде доведен во релација со уметничките дела настанати со наведените оперативни постапки.

Клучни зборови: *Цитат, монтажа, текст, цитатност, апропријација, оригиналност, интертекстуалност, постмодернизам*

Вовед

Цитат е поим кој означува дословен навод на некој дел, елемент или структура кој/а потекнува од една автономна целина во друга која се создава. Цитатот може да се користи во уметнички дела, филозофски, книжевни или било кои други текстови или дискурси. Во однос на уметничко дело цитираниот дел може да се однесува на "копирање, имитација или репродукција"[1] на некој фрагмент од веќе постоечко уметничко дело, стилска или композициска карактеристика или начин на изработка. Едно дело кое што е во создавање може да цитира дел од некое друго, медиумски и жанровски одредено уметничко дело, како и дел од религиозно, политичко, филозофско, книжевно или друго дело. Во тој поглед Шуваковиќ разликува 5 цитатни постапки:

1) цитирање на уметнички дела од ист вид, односно кога цитираниот однос се воспоставува помеѓу исти уметнички врсти, сликарство – сликарство, филм – филм, фотографија – фотографија;

[1] Шуваковић, М., *Појмовник савремене уметности*, Загреб, 2005, 124

2) цитирање на сопствени уметнички дела, кога авторот во подоцнежни дела цитира од своите дела настанати во раните создавачки фази;

3) цитирање на метаставови (теориски записи за уметност или текстови од филозофија, религија, идеологија);

4) цитирање на уметнички дела од други уметнички дисциплини, како цитирање на рекламен дизајн во фотографија, филмски кадар во сликарство и сл.;

5) цитирање надвор од уметнички дела, изрази, текстови и слики, како новински написи, текстови најдени на амбалажи како во поп артот, однесување или стил на облекување на некоја јавна личност и сл.

Примери за цитати можат да се најдат во делата на многубројни автори кои создаваат во различни области. Во филмската уметност современиот режисер Квентин Тарантино се смета за автор кој го користи цитирањето како елементарна постапка на градењето на своите филмови. Неговите филмови како *Евтини приказни* и *Касапски кучиња* се исполнети со цитати од други филмови и поп културата. Истакнати примери се сцената од *Евтини приказни* во која ликот што го глуми Џон Траволта игра со ликот на Ума Турман во ресторанот уреден во стилот на 50-ите, во која се цитира ликот на Џон Траволта од филмот *Брилијантин,* додека куферот во истиот филм од кој сјае портокалова светлина е директен цитат од еден постар филм со наслов *Бакни ме убиствено.*



Сл.1 Сцената во ресторанот од филмот *Ефтини приказни*

Во фотографијата, Синди Шерман, во раните 80-ти години создава серија на фотографии насловени "Untitled film stills" во кои создава ликови и композиции кои ги цитираат Холивудските Б-филмови. Примерот на уметникот Ричард Принс е уште еден, понов пример, каде Принс ре-фотографира (или поточно, композициски преуредува) делови од

фотографиите со познатите каубои користени за рекламните огласи на Марлборо цигарите и ги изложува отпечатени во огромни формати.



Сл.2 Ричард Принс, *Без наслов (Каубој)*, 1989

Постапката на цитирање често се доведува во релација со постапката на монтажа, односно колажирање. Монтажа е поим кој во основа се врзува со филмот и процесот на составување на фрагментарни делови, кадри, во една целина која создава впечаток на просторен и временски континуитет или дисконтинуитет. Монтажата како теориско - естетски дискурс се воведува во 20-ите години од страна на руските режисери како Сергеј Ејзенштајн, Лев Кулешов и Џига Вертов. Спрема теоријата на Ејезнштајн, монтажата е постапка на поетичко создавање на едно дело од повеќе независни помали делови кои можат и сами по себе да функционираат, но составени во целина создаваат ново значење. Ослонувајќи се на оваа теорија, во проширено значење монтажата како постапка може да се аплицира и на други ликовни дисциплини како техники на колаж или фотомонтажа. Шуваковиќ нагласува 3 основни својства на колажот и тоа: издвојување на елементите од некоја целина, внесување во нова целина и создавање на нова структура во која внесениот елемент добива ново значење "претопувајќи се со елементите на подлогата и менувајќи го нејзиниот визуелен изглед и значење како целина"[2]

Може да се заклучи дека цитатот и колажот взаемно се поврзани и секогаш одат еден со друг, а тука припаѓаат и поимите како цитатност, или феноменот на цитирање, апропријација, како друг термин за цитирање кој означува постапка на позајмување и присвојување и интертекстуалност како концепт на дијалог помеѓу две или повеќе дела остварен со цитирање и колажирање.

[2] Шуваковић, М., *Појмовник сувремене уметности*, Загреб, 2005, 304

Анализа на проблематиката

Почетоците на употребата на постапката на колажирање во уметноста историски може да се бараат во периодот на развојот на авангардата и некои нејзини лица како кубизмот, надреализмот, конструктивизмот и дадаизмот. Концептот на авангарда почнал да се развива во Франција во втората половина на 19-тиот век, а до 20-ите години на 20-тиот век веќе се проширил и во други европски земји се до Русија и САД.

Авангардата како движење има своја политичка и уметничка димензија. Питер Бургер ја дефинира авангардата како специфично уметничко движење во културата на раниот 20-век, чија функција била да ги критикува и провоцира уметничките институции и културата на буржоаското општество и да ја негира автономијата на уметноста и културата. Авангардната уметност се залага за потполна преобразба на уметноста, културата и општеството, а нејзина главна карактеристика е експерименталноста во истражувањето на медиумите, материјалите, методите и идеологијата на уметничкото творење. Авангардната уметност е интердисциплинарна и делата не се создаваат во рамките на традиционалните дисциплини туку со "пречекорување, критика и деструкција на границите на медиумите, дисциплините и жанровите на уметностите, ..., создавајќи цитатни, колажни, асемблажни и ready-made предмети, ситуации, случувања и структури. "[3]

Меѓутоа поимите како цитатност, интертекстуалност и користењето на колажот како постапка за создавање на уметничко дело добиваат повластено место во постмодерната уметност и култура. Постмодерна или постмодернизам е комплексен и повеќеслоен поим или тенденција кој/а се појавува на академската сцена во 80-ите години. Постмодернизмот е тешко да се дефинира затоа што е концепт кој се провлекува низ повеќе дисциплини како уметност, архитектура, музика, филм, литература, социологија, филозофија, комуникации, масовни медиуми, мода и технологија. Фредерик Џејмисон, еден од водечките теоретичари на постмодернизмот, го дефинира постмодернизмот во контекст на технологијата и модусот на продукција. Според Џејмисон постмодернизмот оди со фазата на доцниот капитализам, што би било идентично на глобализацијата, потрошувачкиот или мултинационалниот капитализам. Некои од општите карактеристики на постмодернизмот се отфрлање на објективната вистина, рушење на границите помеѓу високите и ниските форми на уметност, поништување на ригидните класни, родови и жанровски граници, а се потенцира колажот, иронијата и игривоста. Постмодерната уметност и мисла се наклонети кон рефлексивноста, само - свеста,

[3] Шуваковић, М., *Појмовник сувремене уметности*, Загреб, 2005, 98

фрагментацијата и дисконтинуитетот во наративните структури, двосмисленост, како и децентрализиран и дехуманизиран субјект.

Задржувајќи се на главната тема овој текст ќе се осврне само на некој од концептите кои произлегуваат од теоријата на постмодернизмот, а се особено значајни за постапките на цитат и монтажа и нивното интерпретирање. Тоа се пред се концептот на текст според интерпретацијата на Роланд Барт, Бодријаровиот концепт на симулакрум, како и концептот на оригиналност настанат со цитирање и колажирање на веќе постоечки дела.

Според Бартовото толкување поимот текст не се однесува само на пишан текст, туку текст е секоја структура на знаци. Текст може да биде "секој облик, без оглед на медиумот, начинот на производство, комуникација, размена и потрошувачка на знаење".[4] Тоа значи дека било која слика, филм или фотографија може да се разгледува како текст.

Понатаму, Барт истакнува дека текст не е само "ред на зборови" кој има едно, централизирано и затворено "теолошко" значење ("порака на авторот – Бог"), туку е тоа "мулти-димензионален простор исполнет со знаци и текстови, не оригинални, кои се мешаат и судираат".[5] Па така, текстот станува прашање на цитатност и интертекстуалност, односно меѓусебен дијалог на два или повеќе текстови од кои настанал новиот текст. Секој цитиран елемент го руши континуитетот, односно линеарноста на дискурсот и води кон двојно толкување – на цитираниот фрагмент во релација со изворниот текст од каде потекнува и толкување на истиот тој фрагмент сега инкорпориран по пат на колаж и монтажа во нов дискурс. Како резултат на ваквото сфаќање на текстот, Барт прогласува смрт на авторот и единството на текстот го гледа не во потеклото, туку во неговата дестинација, а тоа е читателот. Со бришењето на авторот читателот е тој, кој воден од својата информираност, со препознавање на цитатите и својот културен контекст му дава значење на текстот.

Тука природно се наметнува прашањето за способноста на читателот да ги препознае цитатите и позајмениот материјал (текст) и да го прочита текстот во полно значење. Односно, дали е важно за новиот текст да се препознаат деловите од претходните текстови со кои новиот текст остварува дијалог. Или, на пример во погоре наведениот пример од филмот Pulp Fiction на Квентин Тарантино, дали е важно гледачот да ги препознае цитираните кадри и елементи позајмени од претходни филмски остварувања и поп културата и до која мерка? Ова прашање може да се одговори така што постапката на монтажа и колаж во структурното градење на уметничкото дело е таква што сите негови делови, било да се позајмени или не, создаваат нова структура која има свое значење независно од претходните значења на

[4] Шуваковић, М., *Појмовник сувремене уметности*, Загреб, 2005, 610 – 611
[5] Barthes, R., "From Work to text", во*: Image, Music, Text*, London, 1977, 146

тие делови. Меѓутоа, суштината на постмодерното читање на текстот е токму во тоа, што секој читател (гледач во контекст на наведениот пример), односно секое ново читање, нуди ново и различно толкување.

Кога станува збор за уметноста која е базирана на апропријација и цитирање на веќе постоечки текстови незаобиколно е прашањето за оригиналноста на таквата уметност. Ова прашање се провлекува уште од периодот на авангардата. Розалинд Краус го разгледува прашањето за оригиналноста во своето дело *Оригиналноста на авангардата*, а ќе се искористат и ставовите на Валтер Бенџамин истакнати во неговото познато дело *Уметноста во добата на механичката репродукција* да се одговори ова прашање. Но, пред да се премине на споменатите автори може да се искористи дефиницијата на разбирање на оригиналноста на класичната и модерната уметност на Ричард Шиф во текстот *Оригиналност*, објавен во книгата *Критички термини на историјата на уметност*. Класичната оригиналност, според Шиф, е заснована на тоа дали некој „соучествува во пренесувањето на примордијалните вредности на некоја култура“.[6] Тоа подразбира дека класичните уметници не создаваат за да иновираат, туку за да ги зачуваат востановените приоритети, односно нивната оригиналност повлекува одредена истоветност. Додека модерните уметници ја превземаат „улогата на револуционери“ со воведувањето на промени и „репрезентирање на вистината во персонализирана, па можеби дури и девијантна, експресивна форма“.[7] Модерните уметници се сфаќаат себеси како оригинални и ја бараат оригиналноста низ своите внатрешни мисли, чувства, емоции и карактери. Или сумирано во една реченица, класичарите повторуваат, додека модернистите не би смееле тоа да го прават. Меѓутоа, во последните неколку децении уметниците го преиспитуваат ова модернистичко гледиште и користејќи се со постструктуралистичката и постмодерна теорија ги бранат своите дела кои се засновани на репрезентација и повторување.

Росалинд Краус во делото *Оригиналност на авангардата* цитирајќи го кредото на Маљевич, „Жив е само оној кој ги одбива своите убедувања од вчера“, ја поставува оригиналноста како есенцијален аспект на авангардната уметност.

Меѓутоа користејќи се со примерот на шема (grid, анг. превод) употребувана од страна на повеќе уметници тврди дека „стварната пракса на авангардната уметност открива дека „оригиналноста“ (Краус тенденциозно го става поимот во наводници) е работна претпоставка која произлегува од репетицијата и повторувањето“.[8] Во таа смисла Валтер Бењамин нè потсетува дека во медиумите (делата) кои можат да се мултиплицираат

[6] Шиф, Р., "Оригиналност" во *Критички термини историје уметности*, Нови Сад, 2004, 196
[7] Шиф, Р., "Оригиналност" во *Критички термини историје уметности*, Нови Сад, 2004, 197
[8] Krauss, R., *The Originality of the avant-garde and other modernist myths*, MIT Press, 1986, 157 – 158

излишно е да се говори за автентичност. Да се бара автентичен принт кога е во прашање фотографијата која може неброено пати да се мултиплицира е невозможно.

Уметничките дела на Шери Ливајн се вистински пример на постмодерната пракса на оригиналност. Користејќи се со духот на постструктурализмот таа ги брани и објаснува своите дела на кои ги има ре-фотографирано познатите фотографии на Едвард Вестон демонстрирајќи сликовна апропријација. Воопшто не зазирајќи од нападите на критиката дека нема ништо оригинално во нејзините дела, таа намерно го побива традиционалното сфаќање на оригиналноста. И не е во прашање „актуелен недостаток на оригиналност, туку привид на таков недостаток – што би се рекло, знак, отсуство“.[9] Она што некој би можел да го препознае како недостаток на лично учество, посветеност, персоналност, всушност е намерен и тенденциозен сигнал кој укажува на недостатокот на оригиналност, но не на уметникот туку на некое друго место.

Постмодернистичкиот теоретичар Жан Бодријар нуди објаснување за кризата на автентичност со својата теорија за репрезентација и симулакрум. Според Бодријар симулакрум е копија без оригинал, или она што делува како миметичка репрезентација на реалноста всушност е приказ без референт во стварноста. Фотографиите на Шери Ливајна ја играат таа Бодријарова игра, како и погоре споменатите фотографии на Синди Шерман од серијата "Untitled film stills".



Сл.3: Синди Шерман, *"Untitled film still #21"*, 1978

[9] Шиф, Р., "Оригиналност" во *Критички термини историје уметности*, Нови Сад, 2004, 201

Фотографијата како медиум е посебно погоден за илустрација на Бодријаровиот концепт поради традиционалното верување дека фотографиите ја подражаваат стварност. Шерман си игра со ова верување така што креира портрети на личности користејќи перики, шминка, сценографија и реквизити чиј резултат се репрезентативни копии на личности кој реално никогаш не постоеле. Овие копии се прав симулакрум според Бодријаровата теорија. И тоа што фотографиите од оваа серија се без наслов, означени само со броеви, ја зацврстува конструираната и субјективна природа на идентитетот и сликата -претстава.



Сл.4: Синди Шерман, *"Untitled film still #84"*, 1980

Заклучок

Грахам Ален во својата книга говорејќи за интертекстуалноста ја повторува познатата дефиниција за мимезис, дека уметноста ја подражава стварноста, но потоа додава дека миметичкото сфаќање на уметноста е доведено во прашање со теориите на интертекстуалност во постмодерниот дискурс, каде уметноста повеќе не ја подражава стварноста туку дека уметноста ја имитира уметноста. Со постапките на цитирање, монтажа и апропријација современите уметници експериментираат со системот на знакови и значења, оригиналноста, автентичноста и деконструкцијата. Нивните дела се рефлексивни и само-рефлексивни. Нивната цел не е да се претстават како „автентични“ туку слободно ја откриваат својата природа како фрагментирани, нелинеарни и конструирани текстови. Па дури и самиот овој текст станува само-рефлексивен пример на користење на цитати и монтажа на други текстови кои се искористени да би се постигнала замислената цел.

Постапките на цитирање и монтажа стануваат составен дел не само на уметноста туку и на нашиот секојдневен живот. Љубомир Маширевиќ во својот текст за културата на интертекстуалност истакнува дека секојдневниот живот се одвива низ текстови и дека е посредуван со нив. Веќе не се релативизирани само границите помеѓу текстовите како што вели Барт, туку и границите помеѓу текстот и светот во кој живееме и дека „денес го сознаваме светот главно по пат на неговата текстуална репрезентација“.[10]

Summary

Graham Allen in his book Intertextuallity analyzing intertextuality repeats the well known definition of mimesis, that art mimics reality, but then also adds that mimetic understanding of art is being questioned with the theories of postmodern discourse where art doesn't mimic reality anymore, but that art mimics art. Using citation, montage and appropriation contemporary artists experiment with the system of signs and meanings, originality, authenticity and deconstruction. Their artworks are reflexive and self-reflexive, and their goal is not to present them as "authentic", but rather to openly demonstrate their nature as fragmented, non-linear and constructed texts.

Citation and montage have become an integral part not just of art, but also in our everyday life. Our everyday life unfolds through texts and is mediated by them. It's not only the borders of texts that are being negotiated, as Barthes points out, but also the borders between the texts and the world in which we live, and today we comprehend the world through its textual representation.

Key words: *Text, citation, montage, intertextuality, originality, appropriation, postmodernism*

Литература

1. Allen, G., *Intertextuallity*, New York, 2006
2. Barthes, R.,"From Work to text", во*: Image, Music, Text*, London, 1977, 142 – 149, 155 – 164
3. Baudrillard, J., "Simulacra and simulations" во: *Selected Writings*, 1988, 166 – 184

[10] Маширевић, Љ., "Култура интертекстуалности" во *Зборник радова ФДУ 11-12*, Београд, 2007, 430

4. Benjamin, W., The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction (1935), извор: www.pdfgeni.com
5. Clune, Kim, Cindy Sherman, http://braindrainblog.com/feminism/cindy-sherman/ (20.05.2010)
6. Habermas, J., „Modernity – An Incomplete Project“, во: H.Foster (ed), *The Anti-Aesthetic*, New York, 1998
7. Harrison, C. & Wood, P. (eds), *Art in Theory 1900-1990, An Anthology of Changing Ideas*, Oxford/Cambridge 1992; 1993; 1994; 1995; 1996 (последно поглавје)
8. Krauss, R., *The Originality of the avant-garde and other modernist myths*, MIT Press, 1986
9. Маширевић, Љ., "Култура интертекстуалности" во *Зборник радова ФДУ 11-12*, Београд, 2007
10. Шиф, Р., "Оригиналност" : *Критички термини историје уметности*, Нови Сад, 2004, 191 – 207
11. Шуваковић, М., *Појмовник сувремене уметности*, Загреб, 2005

7.05.01 : 747

Асс. м-р **Викторија МАНГАРОСКА**

МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТАП ВО ПРОЦЕСОТ НА ДИЗАЈНИРАЊЕ НА ЕНТЕРИЕРИ

Апстракт

При процесот на дизајнот на ентериер потребно е да се идентификуваат и дефинираат фазите и методите. Методите во дизајн процесот се фокусираат на: дивергенција (истражување на можностите и ограничувањата на наследните состојби, со примена на критичко размислување преку квалитативни и квантитативни истражувачки методи за креирање на нови активности кон подобар дизајн решенија, трансформација (редефинирање на спецификации за дизајн решенија кои можат да доведат до подобри насоки за традиционалниот и современиот дизајн), конвергенција (можни сценарија за подобри решенија за дизајн кој води кон постепено или значително подобрување на првично наследената состојба), оддржливост (менаџирање на процесот на истражување, и редефинирање на прототипови на решенија за дизајн континуирано со текот на времето), артикулацијата (визуелни односи меѓу деловите и целината). Дизајнот на ентериер опфаќа неколку фази, како што се информативна фаза, анализа на конкретните барања, спецификација, решавање на проблеми, презентација, развој на идејата, имплементација и евалуација на проектот.

***Клучни зборови**: дизајн процес, методи и фази на дизајн на ентериер*

Методолошки пристап во процесот на дизајнирање на ентериери

Процесот на дизајнирање ентериери опфаќа активности кои се преземаат од страна на дизајнерот откако е извршен внимателен избор на дизајнерско решение според потребите на клиентот. Дизајнот може да се разгледува како широка активност, каде како почетна фаза претставува собирањето на информации по консултирањето на дизајнерот со клиентот, а како завршна фаза се врши имплементација на дизајнерскиот проект.

Дефинирање на дизајн на ентериер

Креативноста претставува дел од човековата психологија и човековото битие. Освен чувството за припадност и сигурност во домот, сè повеќе се

истакнува потребата за стил. Се применува холистички поглед на индивидуалната употреба во просторот. Пронаоѓањето и создавањето на кохезивен пристап на многу проблеми се гледа во изнаоѓањето на решение кое се унифицира во карактерот на просторот. Добриот дизајн на ентериер додава нова димензија на просторот. Тој може да ја зголеми ефикасноста на секојдневните потреби на животот и да додаде длабочина, разбирање и значење на изградената структура. Креативниот и добро разбран дизајн го прави просторот полесен за разбирање, со што постанува естетска, практична и филозофска научна дисциплина. Најубавиот изграден простор има логичка и рационална поврзаност како искрен обид за нов и возбудлив начин на креирање на простор. Дизајнерите на ентериер користат планови (ѕидови, подови и плафони) со кои дефинираат волумени и простори кои ги комбинираат за градбите, т.е. дизајнираат структури кои имаат интелектуална и практична употреба, ја согледуваат локацијата, го разгледуваат мебелот до детаљ и креираат декоративни шеми. Декоратерите на ентериер работат со постоечката структура која не бара физичка промена. Преку употребата на бојата, светлината и завршната обработка, го трансформираат изгледот на просторот, а со додавањето на соодветна функција на различен начин прават промена на структурата на градбата. Дизајнерите на ентериер прават проекти кои варираат од чисто декоративни, до оние каде постои структурна промена. Дизајнерот на ентериер комплетно го вклучува планирањето на просторот и креацијата преку декоративни шеми со што ги вклучува и структуралните промени. Овие професии вклучуваат консултирање на професионалци и од други области, како што се структурални инженери и дизајнери на осветлување.

Придобивките на дизајнерското оригинално дело интегрира современи дизајн методи:

-Акцентирање на потребите на корисникот

-Употреба на основните истражувачки методи за да се провери потврдувањата со фактите

-Користење на бреинсторминг како обрасци за согледување на дизајнерските идеи

-Зголемена соработка на карактерот на дизајнот со други дисциплини

Големиот предизвик на дизајнот како дисциплина, употребата на методи и обидот да се создадат заеднички вредности, создава внатрешен синтетички карактер како област на истражување и акција. Ова овозможува дизајнот да биде исклучително податлив во природата, позајмувајќи идеи и концепти од широк спектар на професии кои ги употребуваат дизајнерите.

Дизајнерските методи имаат влијание врз дизајнерската пракса и дизајнерското образование. Предизвикот на дизајнот е да се трансформираат индивидуалните искуства, рамките и перспективите во заедничка, разбирлива, но и трансферна област на знаењето. Според Victor Margolin постојат неколку причини кои ќе предизвикаат потешкотии во функционирањето на дизајнот:

- Критериумот за прикажување на знаењето претставува симбиоза на дизајнерската дисциплина и интересот

- Интелектуалниот капитал на дизајнот и поширокиот научен плурализам има фокус во заедничкиот систем на вредности

- Поединечните истражувања во дизајнот премногу се фокусираат на индивидуалните приказни на личиот поглед, отколку на критичната маса која има заеднички вредности

Дизајн процесот опфаќа повеќе активности, кои подлежат на внимателно избрано решение кое се вклопува со барањето на клиентот. Процесот не се однесува исклучиво на дизајнот на ентериер, туку се аплицира во сите форми на дизајнот.

Дизајнот може да биде широка линеарна активност, која има почетна точка (каде клиентот го прави почетниот контакт со дизајнерот) и крајна точка, кога проектот се имплементира, Во процесот различни задачи се во релација и меѓусебно зависни, така што се променуваат елементите во решението на дизајнот. На тој начин различните задачи се применуваат во уникатната природа на секој проект. Дизајн процесот не е стандардизиран за секое решение и потребно е да се развие разбирањето кое се потврдува со индивидуалните проекти на кои се работи.

Активност на дизајн процесот

Анализа

Анализата е релевантна преку дистинктивните делови на проектниот процес. Во раните фази на длабочината на работата на дизајнот се вклучува пристап кон размерот и комлексноста на проектната работа. Потребно е да се дефинира времето и ресурсите кои се потребни за да се комплетира проектот, што претставува основа за да се создаде предлог од страна на дизајнерот. Дел од работата во оваа фаза вклучува формат и содржина на презентација која ќе биде прикажана преку цртежите и визуелно ќе се подготвува преку времето кое е потребно.

Откако клиентот се согласи на предложениот дизајн во првата фаза на презентација, при иницијалната презентација на дизајнерот се продолжува во преостанатиот дел од процесот на дизајн. При информативната фаза дизајнерот разговара со клиентот во врска со неговите барања. Анализата се поврзува со генералното разбирање на проектот, при што дизајнерот има почетна точка за понатамошна работа, што доведува до ултимативно поврзување на информациите во една целина. Некои од информациите се поврзуваат со практичните аспекти, некои со естетските, а некои се контрадикторни по природа. Во други ситуации дизајнерот поставува приоритети и постигнува компромис при зададените информации. Најчесто сите проекти содржат елементи на компромис. Откако анализата е комплетирана, се донесуваат заклучоци кои се поврзани со стилот и содржината на проектот преку кој се креира концепт. На тој начин се генерираат идеи и содржина на проектот.

Развивање на идејата

Развојната основа на проектот е најинтересна за дизајнерот. Тука доаѓа до израз талентот на дизајнерот, каде индивидуалецот може да даде посебен акцент на проектот. Ова е фаза на проектот каде потребите и барањата на клиентот се трансформирани во практично и естетско решение на дизајн. Идеите се генерираат и создаваат начин на реална ситуација. Откривањето на идејата и реализацијата може да биде употребена за прикажување на искуството на дизајнерите и откривање на мотивирањето на дизајнерот. Дизајнот на ентериер претставува процес на решавање на проблеми од една голема или комплексна целина, преку додавање на естетските вредности, како и ергномските карактеристики на елементите, каде ентериерите претставуваат функционални целини на емотивно ниво. Развојната работа некогаш може да биде дел од размислување на целината како резултат на практична работа, каде се разгледуваат дизајнерските искуства.

Развојната линија го опфаќа процесот кога дизајнерот ги вклучува барањата на клиентот во една креативна целина. Клиентот во оваа фаза очекува да ги види концептуалните скици на проектот, дизајнерските размислувања, како и базичното планирање на просторот, и развојот на декоративните идеи, како и овозможување на дизајнерот да продуцира визуелни престави на предлозите. Клиентот исто така може да постигне целосно решение на дизајнот, развојна линија, планирање на просторот, декоративни детали, како и развивање на цртежите и работата.

Во оваа фаза многу различни делови од развивањето на проектот се завршени и се составуваат во еден дел. Планирањето на просторот е главен приоритет. Во оваа фаза на работа, планирањето на просторот, како и вклучувањето на ергономските потреби претставуваат приоритет на

дизајнерот при креирањето на балансиран и ефективен мебел кој се поврзува со функционалните потреби на корисникот. Дизајнерот има задача да најде извори на мебел, завршни елементи и материјали кои се одбираат во функција на нивната естетско и практично прилагодување на концептот, како и на ограничувањата на планирањето на просторот при изборот на мебелот, при што избира и декоративни шеми.

Дизајнот може да биде флуиден, променлив и пространет и да води кон конечен дел. Промената е една од најдобрите квалитети на дизајнерот, доколку има отворен систем во развојниот процес кој води кон уникатни развивања кои ги прави дизајнот.

Идеите за формата и собирањето на информации претставуваат значајна фаза, а во објаснувањето се користат цртежи кои помагаат во дефинирањето на конечната идеја, како и собирање на информации кои ќе изнајдат решение на артикулираниот дизајн. Значаен сегмент за дизајнерите е да се направи квалитетен цртеж, кој на лесен и едноставен начин ќе може да го прикаже деталот или да го формулира дизајнерскиот процес. Изработката на цртежи е дел од процесот на "мислење на хартија." Цртежот е значаен во развојот на дизајнот, и претставува значајна алатка при дизајнерскиот пристап. Скицирањето и рачното цртање е дел од начинот на развивање на идејата кај повеќе дизајнери, и кај оние кои ги употребуваат компјутерите за цртежите. Брзото скицирање и формалните технички цртежи се користат во конјункција со новите идеи со цел да се истражи нивното влијание на шемата. Плановите најчесто ги користат првите технички цртежи, а истражувањето на првите планирани опции треба да се разгледуваат во три димензии, со елевации, секции или перспективни скици кои ги прикажуваат и другите аспекти на просторот. Цртежите претставуваат одличен начин за компарирање на алтернативите, кои ги разгледуваат различните опции.

Откако проектот се презентира на клиентот, и клиентот го одобри датумот на работа, ќе бидат потребни и други цртежи кои ќе придонесат за прогресирање на проектот. Цртежите кои се изработени во детали за презентацијата, се испраќаат до наведените потенцијални изведувачи, кои кажуваат која работа треба да бида направена во просторот, а ако е потребно ги прикажуваат и конструктивните детали, кои ја осигуруваат дизајнерската визија за реализирање на проектот. Дизајнерот иако секогаш се обидува да обезбеди најдобро возможно решение, конечното решение секогаш ќе претставува компромис. Работата на дизајнерот е да донесува одлуки и да направи приоритет на барањата. Во некои ситуации најсоодветно решение ќе биде најпрактичното, а во други ситуации ќе победи најестетското решение. Овие проценки можат да се направат при анализата на дизајнот и концептот.

Имплементација

Имплементацијата на проектот може да започне откако клиентот се има согласено го работата на дизајнерот. Таа фаза опфаќа избор на изведувачи на работата, при што инволвирањето на дизајнерот може да биде минимално, преку неколку посети со што ќе се осигура дека работата е работи онака како што е планирана. Дизајнерот може да биде инволвиран и во улога на надзор. Во некои случаи проект менаџментот е ограничен при законите на одредената земја, што го одредува нивото на придонес во делот на процесот. Во секој случај, потребно е дизајнерското вклучување со цел да се решат некои прашања поврзани со процесот на имплементација. Добрата релација со изведувачите и другите фирми кои се инволвирани во проектот може да биде од голема помош, и ова може да се постигне преку разбирањето и решавањето на некои проблеми кои можат да се појават при фазата на имплементација. Познавањето за процесот на градба, материјалите и нивните ограничувања, како и локалните регулации при градењето можат да му помогнат на дизајнерот да добие кредибилитет при фазата на градење. Комплетните цртежи се витални во комуникацијата со тимот кој ја прави конструкцијата. Потребни се поголем број на цртежи кои ќе комуницираат со дизајнерските барања на клиентот. При фазата на имплементација може да се појави потреба за создавање на нови цртежи кои се поврзуваат со неочекуваните ситуации кои се појавуваат.

Професионалните релации на долгорочно ниво со фирмите кои се занимаваат со изведба придонесува дизајнерите да ги користат истите изведувачи за неколку проекти. Довербата која ја развиваат на овој начин може да биде корисна за полесно изведување на проектите, со што се овозможува полесно изведување на проектите, како и поефикасно одвивање на работите поради познавањето на дизајнерскиот начин на работа. Добрите работници веруваат и ја респектираат одлуката на дизајнерот, што произлегува од искуството при нивната работа, како и развивањето на нивната идеја. Дизајнерот е потребно да воспостави професионален однос со изведувачите кои не му се познати за можност за понатамошна соработка.

Евалуација

Секогаш е добро дизајнерот постојано да го преиспитува системот на одлуки кој го донесува, и да задржи став на сопствена критика кон аспектите на развивање на проектот. Пред да се достигне до фазата на имплементација, прегледувањето на работата е добар начин на развивање на проектот. Од аспект на клиентот, процесот на дизајнот е комплетен, откако заврши фазата на имплементација, но значајно е и дизајнерот да го евалуира проектот.

Процесот на дизајн на ентериери опфаќа повеќе дизајнерски фази и методи. Методите во процесот на дизајн на ентериери се фокусираат на:

- Дивергенција - Истражување на можностите и ограничувањата на наследните состојби, со примена на критичко размислување преку квалитативни и квантитативни истражувачки методи за креирање на нови разбирања кон подобри дизајн решенија

- Трансформација - Редефинирање на спецификации за дизајн решенија кои можат да доведат до подобри насоки за традиционалниот и современиот дизајн активности

- Конвергенција - можни сценарија за подобри решенија за дизајн кои вршат постепено или значително подобрување на првично наследената состојба

- Одржливост - Менаџирање на процесот на истражување, и редефинирање на прототипови на решенија за дизајн, континуирано со текот на времето

- Артикулацијата - визуелните односи меѓу деловите и целината.

Целта на методите на дизајнот е да се увидат суштинските карактеритики, што ќе овозможи да се создадат повеќе решенија со цел да се постигнат подобри искуства за корисниците. Систематското проучување на ситуацијата преку методите на дизајнот овозможува внимателно да се разбере внатрешната природа на работите при процесот на дизајн.

Според John Chris Jones, кој ги разгледува методите на дизајнот:

"Методологија не треба да биде фиксна патека на фиксна дестинација, туку да претставува разговор за сè она што може да се направи и да се случи. Јазикот на разговорот треба да го премости јазот помеѓу логиката на минатото и иднината, но не треба да се ограничи на идните карактеристики за кои треба да се разговара, ниту треба да се принудува изборот на иднината која е неслободна. "

Редослед на фазите во дизајнерскиот процес

Типични фази во рационалниот модел на дизајн процесот вклучуваат.

- Подготвителна фаза на дизајн

- Design brief – информативна фаза (собирање на информации, истражување на потребите, барањата и целите на дизајнот)

- Анализа - Анализа на конкретните цели на дизајнот

- Истражување – барање на сродни дизајнерски решенија

- Спецификација - определување на барањата на идејно решение за производ (производ, дизајн спецификација) или услуга.

- Решавање на проблеми - концептуализирање и документирање решенија за дизајн

- Презентација - претставување решенијата за дизајн

- Дизајн во текот на производството

- Развивање на дизајнот - продолжување и подобрување на дизајнираното решение

- Тестирање - тестирање на дизајнираното решение

- Пост-продукција дизајн преку повратни информации за идните проекти

- Имплементација - воведување на дизајнерското решение во животната средина

- Евалуација и заклучок - преглед на процесот и резултатите, вклучување на конструктивни критики и предлози за идни подобрувања

- Редизајн – каде се повторуваат сите фази во процесот на дизајнирање (со направени корекции) за време или после процесот на продукција.

Степенот на валоризација на дизајнот опфаќа: дизајн процес, метод, модел, теорија и евалуација. Секој дизајнер значајно е континуирано да ја поставува фазата на валоризација на неговото дело. Дизајнот примарно е културен феномен, и неговите елавуациски модели и бази се гледаат во развивањето на интегралната теорија. Можностите за интегрална теорија на дизајнот поаѓа од објективна евалуација. Модерната и историската перспектива на дизајнот се согледува преку диференцијацијата на професијата дизајнер.

Валоризацијата на дизајнот претставува сегмент на културното производство, при што се подразбира проектирање/обликување на предмети за масовно производство. Стандардните подрачја на делување на праксата на дизајнот, како тродимензионални функционални предмети обично се сместува во подрачјето на визуелните комуникации. Денес дизајнот е широк поим и по неговото значење го опфаќа односот на креативен процес, како сегмент на креативно производство. Кога денес се зборува за дизајнот, не се означуваат само поединечни елементи, туку феномени како што се оние во “Twentieth Century Design”, Jonathan Woodham, каде се наведува дека “промените претставуваат седиште на дизајнерската активност, различни национални перспективи во развој на трговските механизми и нивното наследство, операциите и мултинационалните компании и создавање на глобални производи, кои претставуваат постојан дел како основа каде дизајнот може да биде историски валоризиран”.

Теориски концепции на културата на дизајнот

Проблематиката на дизајнот како култура го поставил Guy Juilier во книгата на "Културата на дизајнот", што претставува детално влијание на историјата на осамостојувањето на дизајнот како професија во капиталистичката економија. Книгата која заслужува детален аналитички коментар овозможува да се расчлени структурата во смисла на делување на дизајнот како "растечка доминација на пазарните марки- кои со себе бараат доминација на пазарните марки, амалгамација на дизајнот и маркетингот, како и глобализација на пазарот кој доведува, културата на дизајнот да биде привлечена кон културата на потрошувачката".

Со оглед на социјалното движење и интелектуалните трендови во последните години, "антиглобализацијата" на дизајнот асоцира на еден од најсложените алати во процесот на поистоветување на културата во глобалните современи размени на технологијата и работата, кои се под директна референца со дизајнот во меѓусебна обврзаност со маркетингот, како најзначајните наслови на антиглобализацискатa литература. Отворено е прашањето на историзација на дизајнот, која по себе е значајна на општата "култура на дизајнот", која допринесува до валоризација на дизајнот во услови на катраверзен иден развој на материјалистичката цивилизација заснована на потрошувачка.

Културата на дизајнот претставува студијата која се темели на историографска презентација, како и на културолошките аспирации кои се опишуваат на хоризонтот на современото функционирање на дизајнот со условите на високо комерцијални активности на индустријата на масовните производи. Со оглед на изнесените податоци за дизајнот во развиените земји, и земјите во развој (западноевропските материјалистички општества), тешко се согледуваат со тврдењето на Juilier.

Валоризацијата на "културата на дизајнот" може да делува на човековата околина, како значајно прашање на антиглобализацискатa литература и поставувања. Значаен прилог во создавањето на "културата на дизајнот" се наоѓа во "Objects of Desire- Design and Society 1750-1980" Adrian Forty. Книгата која има посебно значење врз рамките на контектуалната историзација на дизајнот, се темели на структуралистичката критика на Barthesov, "митологија" на современите општествени заедници. Forty ја изнесува тезата дека дизајнерскиот процес претставува дел од општото ниво на општеството, а животот на материјализација на поединечните објекти, претставува дел на резултатите на дизајнерскиот процес. Тие објекти претставуваат материјализирана основа на митовите кои се идентификуваат со трите лингвистички модели во материјализацијата на процесот на дизајнот, кој се поклопува со концепцијата на Baudrillardov-ата концепција за "културниот состав". Културниот филозоф Norbert Bolz во делото "Die Funktion des Designs" говори за антрополошката и социолошката потреба на

апсопција на западниот свет, каде се гледа значајната улога на дизајнот. Таков пристап кон дизајнот се согледува во концепцијата на амалгамацискиот маркетинг и дизајн кој губи моќ во носење на потребите на проблемите на корисниците. Дополнителен квалитет во дефинирање на отворените прашања на дизајнот како култура секако може да се додадат во збирката на есејот на чешкиот филозоф Vilem Flusser "The Shape of Things, A Philosophy of Design", автор во кој дизајнерскиот пристап има позиција на мислење кое е блиско на размислувањето на Norbert Bolz, што се нагласува со неговото критичко размислување.

Отворените прашања поврзани со валоризацијата на дизајнот, ги поставуваат прашањата и за методите. Значајно е со кој метод да се користи и каква критичка апаратура постои за да се изгради пристапот на дизајнот. Истражувањето и публицирањето на факторите за придонес на јавната свест за објектите кои се истражуваат, можат да се утврдат од историзацијата на дизајнот кој има значајна улога на почетокот на концепцијата на "културниот состав", во рамките на масовно изградените предмети кои имаат корисници во механичко-употребната цел, и симболично потсетуваат на пра-модел, на идеја на проект, според Baudrillard, односно на дизајнот, како попрецизно популарно значење на поимите. Тој го разгледува "културниот состав" кој е заснован на балансираните социјални разлики на настанатите поединечни потреби кои се посредуваат на идентитетот на заедницата, што би било во набавка и користење на индустриските произведени предмети. Свеста за дизајн најмногу придонесува во функционирањето на "културниот состав", бидејќи помага во изработката на симболичен слој на материјални предмети, бидејќи "дизајнот" постанува вредност по себе, авторски потпис кој има одредено ниво на вредносни квалификации и задоволува одредени очекувања на корисниците.

Forty во неговата книга ја покажува мерката на историзацијата и валоризацијата на дизајнот која може да поттикне негово објективно согледување- како професионален процес, како историски фактори на современиот феномен. Историзирањето и популарната публицистика за значењето на дизајнот при амалгамирањето на маркетингот и дизајнот, имаат комерцијална цел во функционирањето на симболичкото ниво на "културниот состав" на Baudrillard.

Forty го отвора прашањето на можностите на методите на валоризација на дизајнот, при што се приклонува на разбирањето на дизајнот како општествен процес, спротивно на разбирањето на дизајнот како објект/производ. Историзацијата како темел на валоризација може да се биде дел од општествената сфера на реалните потреби на луѓето, а особено на локалните контексти на економијата во развој или неразвиените национални економии, каде методиката на дизајнот и маркетингот имаат аспирации

преку средствата на развиените земји, а без респектирање на локалната културна традиција.

Еден од целовитите современи обиди за структурирање на феномените на дизајнот според Gui Bonsiepe отвораат нови пристапи во реинтерпретација на дизајнот, според седум тези на дизајнот, како што се тие во целост:

- Дизајнот како домен кој може да се манифесира во било кое поле на човековото знаење и пракса

- Дизајнот е ориентиран кон иднината

- Дизајнот се однесува кон иновацијата. И претставува чин кога дизајнот раѓа нешто ново.

- Дизајнот активира волуменско тело и простор, а посебно во доменот на ретиналното.

- Дизајнот се насочува кон олеснување на учинковитите акции.

- Дизајнот е лингвистички сместен во полето на проценката.

- Дизајнот се бави на интеракција помеѓу корисниците и производите, како предмет на секојдневна употреба и software. Доменот на дизајнот е домен на посредници (interface).

Во компјутерската индустрија клучниот поим на дизајнот почива на седум тези, во смисла на разбирање на дизајнот како медијатор. Bonsiepe теориски ја заснива последицата на дизајнерскиот процес, предмет, како посредник на многу сложениот психо-социјален и практично-оперативен низ на постапки во однесувањето на корисниците и предметите. Во современиот момент нерешените контроверзи на масовното производство на предметите (контроверзност која укажува на теоријата на Улмската школа која е дефиниција на индустрискиот дизајн на ICSID како современите контекстуални и социјално ориентираа теориска и историска литература во дизајнот, како антиглобализациска литература), ширина на поим и зафат на седумте тези на Bonsiepe, што кажува на поттикнување на основата на воспоставување на теориските методи на историзација на дизајнот, а евентуално и во изработка на критичкиот апарат во валоризација на дизајнот, како солидна основа за почетен дијалог на тема на дизајнот.

Моделот на Bonsiepe како теориска основа за состав на мислењето и за методика на струката претставува опис на опфаќањето, во историзирањето на производите на дизајнот, како и историзирање на теориските концепции на дизајнот, каде ќе биде можно при создавањето на една детална

конструкција да се придонесе кон објективност на валоризација на дизајнот во специјален контекст.

METHODOLOGICAL APPROACH IN THE PROCESS OF DESIGNING INTERIOR SPACES

Summary

In the interior design process methods and stages are indentified. The design methods focused on: divergence (exploring possibilities and constraints by applying critical thinking through qualitative and quantitative research methods to create new activities toward better design solutions), transformation (redefining specifications of design solutions for traditional and contemporary design activities), convergence (prototyping possible scenarios for better design solutions), sustainability (managing the process of exploring, redefining and prototyping the design solutions over time) and articulation (the visual relationship between the parts and the whole). Interior design includes typical stages: design brief, analysis, research, specification, problem solving, presentation, development, testing, implementation, and evaluation and conclusion.

Key words: *design process, methods and stages of interior design*

Литература

1. Jones, John Christopher, *Designing Designing* (London: Architecture Design and Technology Press), 1991 Jones, John Christopher, *projektiranje projektiranje* (London: Arhitektura Dizajn i tehnologije Press), 1991
2. Alexander, Christopher, *A Pattern Language: Towns, Buildings, Construction* (Oxford University Press), 1977, ISBN 0-19-501919-9
3. Cross, Nigel, "Engineering Design Methods: Strategies for Product Design" (John Wiley & Sons), ISBN 0-47-187250-4 Križa, Nigel, "Projektiranje Metode: Strategije za dizajn proizvoda" (John Wiley & Sons), ISBN 0-47-187250-4
4. Margolin, Victor, "The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies" (University of Chicago Press), 2002, ISBN-0-226-50504-9 Margolin, Victor: "Politika Umjetni: eseji na dizajn i Studija dizajna" (University of Chicago Press), 2002, ISBN-0-226-50504-9
5. Schon, Donald, "The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action" (Basic Books), 1983, ISBN 0-46-506878-2 Schon, Donald ", refleksivni praktičar: Kako stručnjake Think u akciji" (Basic Books), 1983, ISBN 0-46-506878-2

6. Baudrillard, “The System of Objects, Design After Modernism”, Thames and Hudson, 1989, London
7. Bolz, “Die Funktion des Designs”, Designreport, 2001, Munchen
8. Forty, “Objects of Desire, Design and Society 1870-1980”, Thames and Hudson, 1986, London
9. Bonsiepe, “Design, from material to digital and back, Interface- An Approach to Design, Jan van Eyck Akademie”, 1999, Maastricht
10. Flusser, “The Shape of Things”, A Philosophy of Design, Reaktion Books, 1999, London,
11. Giedion, “Mechanization Takes Command”, Oxford University Press, Oxford, New York, 1948
12. Mestrovic, “Teorija dizajna I problemi okoline”, Naprijed, 1980, Zagreb
13. Feda Vukic, Prilog poznavanju teorije dizajna u Hrvatskoj, 2003, Zagreb
14. Julier, “The Culture of Design”, Sage Publications, 2000, London
15. Livingston, “Design Education in UK, Report on Design Education seminar”, March 17-22, 2002, The British Council, London

391.2(495.6)

Асс. м-р **Соња ПЉАКОВА**

РЕДИЗАЈН НА ЖЕНСКА НЕВЕСТИНСКА НОСИЈА ОД С. ЖЕЛЕВО, ЛЕРИНСКА РЕКА, ЕГЕЈСКА МАКЕДОНИЈА

Апстракт

Највисокиот степен на креативност во везбената уметност Македонија го достигнала во 19-от век, а во овој нејзин најразвиен вид што го познаваме до сега делумно се одржувала сé до првите децении од минатиот век. Меѓутоа, оној богат фонд од македонски народни везови што преживеал до денес конзервирал, како и мноштво архаични елементи по однос на формите, технологијата и терминолошката определба, кои сепак ги отвораат замрсените патишта на нејзините врски со најстарите везбени традиции и култури.

Правејќи го редизајнот на носијата, инспирацијата и асоцијацијата ме одведе во естетско визуелната ткаенина – кадифе. Кадифето е изработено од памук. Колоритот на боите на конците за везење е црн и темно плаво, а истите се изработени од памук и боени во индантрен бои. Мојот редизајн кој го изработив на везот и формата на моделите се трендовски и изразно дизајнирани во високата мода.

***Клучни зборови**: вез, везбена уметност, народна носија, редизајн*

Вовед

Традиционалната народна носија од Македонија како дел од богатото фолклорно наследство претставува посебен сегмент во кој се пројавуваат карактеристични обележја како посебности на нашиот народ. Како таква, традиционалната носија во сето нејзино пројавување, е во директна зависност од условите во кои се формирала, со нагласен социолошко - општествен предзнак кој упатува на различни општествени слоеви. Имено, уште првите проучувачи на традиционалната носија и на фолклорот во целина, ќе забележат дека токму преку облеката и украсните елементи/накитот може да се согледа секоја општествена формација.[1]

Генезата на традиционалната носија во Македонија може да се следи уште од периодот на доселувањето на Словените на Балканскиот полуостров

[1] "Македонски Народни Носии" - Етнолошки Музеј, Скопје, 1963

каде затекнуваат една повисока култура која ќе изврши влијание на формирањето на нивната култура и фолклор, вклучително и на традиционалната носија. Материјалите од кои се изработувала носијата во минатото се исто така познати, благодарение на сочуваните описи во хрониките, и конкретните материјални докази. Станува збор за кожата, волната, конопот и ленот кои им биле познати уште на старите Словени боени во различни бои. Традиционалната носија поседува одредени карактеристики кои се различни и препознатливи за различни народи како битно обележје на националниот идентитет на одреден народ.

Во Македонија во 60/70 години на минатиот век постоеше обид за редизајнирање и афирмација на традиционалната женска носија како базична линија во моделите на две креатори/костимографи од тоа време – Елена Дончева Танчева и Зорица Тодоровиќ. Овој тренд продолжува и денес кај неколку модни дизајнери од помладата генерација - Ненад Секирарски, Александар Ношпал и Јана Манева-Чупоска.

Женската невестинска носија од с. Желево

Народната носија е традиционален украс каде што естетските сфаќања и уметничките доживувања на неговиот творец преку орнамент, техника и боја го нашле својот најадекватен и најкарактеристичен израз, а од друга страна забележително се одржувал како специфично обележје од народната култура што носи печат на стари културни традиции.

Носиите на македонското население од разните пределски етнички целини на оваа широка територија, се надоврзуваат една на друга, било преку некои основни елементи на облекување, било преку нивната форма, кројот или материјалот од кој се направени, а сепак се разликуваат меѓу себе со определени регионални и локални специфичности.

Овој труд има за цел да даде прилог кон расветлувањето на евидентните естетски вредности на оваа носија со јасно издиференцирано локално обележје како показател на етничката посебност на населението, познато под етнонимот „Рекарци“ (население кое живее на просторот од с. Желево, Леринска Река, Егејска Македонија; за разлика од „Реканци“ кои всушност живеат во Река, Западна Македонија).[2]

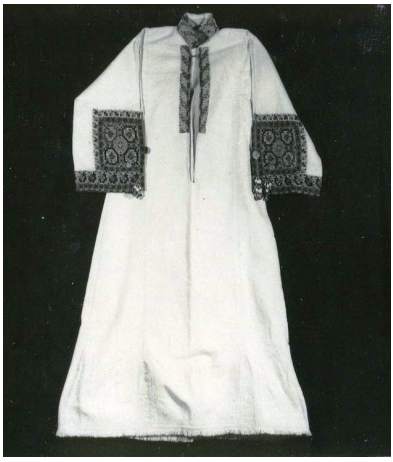
Највисоките уметнички дострели во македонската носија, па и во нејзината декорација со рачно изработен вез, особено кај женската невестинска кошула се сретнуваат во разните видови орнаменти, нивното потекло, нивната декоративна форма и нивното симболично значење.

Народните носии од западните предели на Јужна Македонија, иако содржат некои заеднички елементи, укажуваат на сета сложеност на нивното заемно проникнување, што е особено карактеристично за женската носија.

[2] Хаџи-Васиљевиќ, Ј.д-р, *Костур и његова околина*, Братство, XXII, Београд, 1928, стр. 86 и 91. Македония като природно и стопанскоцяло, София, 1945, 18.

За Долнопреспанската женска носија се врзува носијата на една мала група села на југозапад од Лерин – Желево, Оштима, Трнеа и Руља, кои го сочинуваат пределот РЕКА,[3] а чие македонско население од таму е познато како "Рекарци". Нивната традиционална носија е мошне карактеристична, и како таква се зачувала најдолго во однос на соседните области. Таа, во извесна смисла, претставува премин меѓу носиите од Долна Преспа и Костурските предели, и само со некои елементи се поврзува со носиите од останатите леринси групи.

Женската народна носија од село Желево, Леринска Река е рачно изработена. Како парчиња облека ја сочинуваат повеќе делови. Кошулата е од бело памучно платно, кое претходно било изработено од конопно платно украсена во долниот дел со бел ажурен вез. Ракавите содржат декоративни елементи од рачно везени елементи аплицирани до лактот. Ваквиот вез ги наоѓа своите аналогии во носиите на леринските и битолските села под Баба Планина.



Сл. 1 Кошула

Над кошулата, се облекувал волнен "шајак" (горна претежно зимска облека од волнена ткаенина) без ракави, во црна или темно сина боја, кој до почетокот на овој век бил бел, украсен со црвена оптока (гајтан со кој е нешто декорирано и опшиено) и срмени ширити.



Сл. 2 Шајак

[3] Крстева Ангелина, *Главни карактеристики на народните носии од Јужна Македонија,* Етнолошки преглед, бр. 17, Београд, 1982, стр. 50-51



Над шајакот се врзувал волнен ткаен појас, четворен (четворострук, во четири краја) а крајот со рески и крупни "крупни" монистра, а над него колан со т.н. "криви пафти" (пафти – гајтани накитени со метални монети) – листовидни.

Сл. 3 Појас



Скутината во една дипла, овде наречена "прегач", е еднаква со Долнопреспанската, а "чултари" ги викале поранешните такви скутини, орнаментирани само со еден крупен мотив. Некаде помеѓу двете светски војни во носијата влегува во употреба широка скутина од две дипли наречена "влашки прегач", чие име укажува на нејзиното потекло.

Сл. 4 Скутина – прегач



Сл. 5 Власеник

Над сето тоа доаѓа безракавна "ресачка" или "власеник" од црн шајак, која облека најмногу отстапува од истоимениот дел во Долно - преспанската женска носија, а е повеќе сродна со соодветната облека од Костурско. Украсена е слично на шајакот, а на полите (двете предни страни од шајакот), кои се завртуваат наназад, е поставена со бордура од црвена чоја. Карактеристично за оваа облека се црните волнени реси, распоредени по целата внатрешна страна.

Невестите носеле и "ќесици" – вид подвижни ракави, што се сошивале на шајакот или на одделно платнено елече кое се облекувало под шајакот. Елечето било изработено од црвено платно, богасија, со вез сличен на ракавите од кошулата, а се сошивале на одделни бели шајачки ракави и се носеле завртени над лактот.



Сл. 6 Ќесици

Карактеристики и посебности на везот од женската носија од с. Желево

Во Леринско Поле, кое на север е отворено спрема Битолското Поле и кое сочинува една географска целина со пространата Прилепска Котлина, е застапена народната носија, која се разликува од онаа на неговите северни соседи. Во оваа група, за чие население е забележан етнонимот "моштени", спаѓаат и четири села југоисточно од Битола во денешните граници на Р. Македонија: Гермијан, Бач, Живојно и Сович. Од традиционалната женска носија во Леринско Поле, најдолго се одржала кошулата, чија специфична везбена декорација, изведена исклучително со полн вез, искосен и на прв поглед ја диференцира од поголемиот број македонски кошули. Везот на долниот дел од кошулата се одржувал сé до Втората Светска Војна, додека ракавните везови се напуштиле од порано.

Од оваа група отстапуваат Леринските села расположени по падините на источната планинска ограда на Полето, кои по своите основни карактеристики во носијата, се врзуваат во "горните села" јужно од Битола, под источната граница на Баба Планина.

Женските носии на исток од Костурско – Леринските предели се одликуваат со поголема разновидност, иако содржат и некои заеднички елементи.

Жените како во цела Македонија, така и во с. Желево сами ја изработувале облеката со големо мајсторство. Ткаењето и везењето било изработувано со уметнички вкус, убавина и сјајност во боите и фигурите.

Чорапите на жените биле исто така домашно плетени во разни бои меѓу кои најмногу доминирала црвената боја, инсистирајќи на целосен естетски изглед со хармонични тонови и бои.



Сл. 7 Чорапи

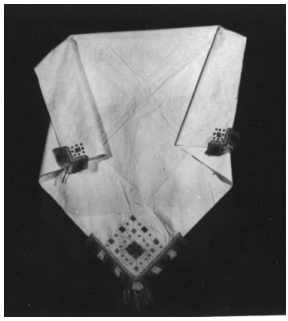
Летно време жените носеле калци – чорапи без стапала.

Жените носеле пинци од говедска или свинска кожа, лесни и практични за работа. За празнични денови купувале чевли.

Развојот и формирањето на македонската носија и формирање на везбената уметност посебно значење имала византиската култура, за што придонело и непосредното соседство на Македонија со византиската цивилизација.

Задржувајќи се на првобитните стадиуми во развојот на оваа облека што се однесува до нејзиниот облик, македонските кошули ја развиле понатаму нејзината декорација, во која се одразил и раскошниот стил на византискиот текстил. Посебно место им припаѓа на "невестинските сокаи" (везот заедно со ресите што висат од главата од горниот дел на главата

надолу) и "убруси" (марами за глава), а тие не само што се истакнуваат како врвни естетски вредности на македонската везбена уметност, туку имаат и историско значење како најстари македонски изработки, досега, во кои е конзервирана голема архаичност.



Сл. 8 Марама

Сите видови на македонската носија и македонското везбено творештво создавани со векови од многубројни анонимни мајсторки на уметничкото изразување, откриваат една развиена творечка фантазија, една беспрекорна смисла за игра на форми и бои и техничка изведба изградена до совршенство.

Другите делови од невестинската носија – капа со заострен врв, овде наречена "буљка", потоа дулбен, преврска, коцле, калчиња и калци, како и металниот накит раун, ќостек кои по форма и начин на носење одговараат на соодветните делови од невестинската Долно - преспанска носија, со поголеми или помали разлики во декорацијата (види слика).

Примерот на традиционалната носија од Леринска Река, која задржала елементи од различни соседни носии, го потврдува овој толку својствен феномен на македонските носии.

Доминантни мотиви на везот од носијата од с. Желево, Леринска Река, Егејска Македонија



Македонскиот вез од с. Желево, Леринска Река, Егејска Македонија на невестинската носија би одел во правец на флорална декорација која е најчеста кај сите македонски носии. Кај оваа носија везот е основа на ЛАЛЕ. Везот е изразен во геометриска форма, односно со прави линии. Покрај белата која останува неизвезена (од платното) најчесто се користат пет бои на конците и тоа: црвена, бордо, црна, зелена и плава.

Сл. 9 Вез - Мотив на лале

Геометриските мотиви се застапени во својот најширок обем – од наједноставни прави цик - цак линии до сложени геометриски облици. Најчести во везот од с. Желево се со осмоаголна ѕвезда, било да претставува

чисто геометриски мотив или им се придава друго значење чии што називи во извесни случаи содржат во себе и елементи на апотропејско-култна симболика. Везовите од горните Битолски села односно кај што припаѓаат на везот од Леринска река, со истите мотиви, упатуваат на својата некогашна врска со стари мотиви што симболизирале сонце.

Посебно карактеристични за македонските везови односно за везот од с. Желево се S - мотивите најчесто познати како куки. Во Леринска река везот особено е карактеристичен за невестинските чорапи. Често пати осмоаголната sвезда се идентификува од везилката како цвеќе, а понекогаш само името индицира на мотив од вегетабилно потекло.

Македонската народна носија од с. Желево, Леринска Река, Егејска Македонија, што е предмет на мојата инспирација, е изработена од традиционалните материјали волна и памук или лен и везот аплициран на ракавите од своите традиционални конци од волнен тип, а поретко од свила, и традиционални бои, црвена, бордо, црна, зелена и модра. Мојата инспирација ме однесе во друг основен материјал и друг колорит на бои.

Заклучок

Македонскиот народ кој својата богата фолклорна ризница ја исполнил со толку многу импресивни песни и игри чии звуци и ритам го воодушевуваат светот, до денес сочувал и едно друго драгоцено наследство, едно карактеристично традиционално уметничко творештво – народниот вез. Оваа стара уметничка традиција, создавана и негувана со векови низ бројните сочувани примероци, ќе остане како трајно сведоштво за творечката оригиналност на македонската жена и нејзината беспрекорна смисла за игра на бои и форми.

Корените на македонската везбена уметноста веројатно никнале уште на прасловенската културна почва, зашто се знае дека везењето им било познато и на старите Словени. Меѓутоа, со населувањето на Македонските Словени во средишниот дел на Балканскиот Полуостров, каде низ столетија се одвивале бурни историски настани и се вкрстосувале разни етнички и културни струења, допрва започнал нејзиниот сложен еволутивен процес, најправо преку прилагодувањето со сродните елементи од други балкански култури, а подоцна, особено преку непосредното влијание на византиската цивилизација. Вековното турско владеење иако најдолготрајно во Македонија не придонело за некои суштински промени во развојот на македонското везбено творештво иако се присутни некои елементи и од исламската уметност, особено во однос на колоритните промени и внесувањето на нови мотиви. Впрочем, везот е воопшто мошне променлива категорија, која подлежи на разновидни трансформации и покрај тоа што е традиционално врзана за определени норми. Но и покрај разните историски чинители и културни раслојувања, за оформувањето на македонското

везбено творештво во една издиференцирана народна уметност секако најмногу придонеле колективните уметнички потенцијали, и општите ликовно - естетски норми на самата средина во која што создавало и егзистирало.

Правејќи го редизајнот на носијата, инспирацијата и асоцијацијата ме одведе во естетско визуелната ткаенина – кадифе, исто така ова кадифе дава и елеганција во длабочината на преплетот и визуелизација и исполнетост на материјалот. Кадифето е изработено од памук, а длабочината на тонот на бојата односно на темниот тон на бојата на материјалот ме однесе и во темниот колорит на бои на конците за везење. Колоритот на боите на конците за везење е црн и темно плаво, а истите се изработени од памук и боени во индантрен бои (постојани и трајни бои). Мојот редизајн кој го изработив на везот и формата на моделите се трендовски и изразно дизајнирани во високата мода.[4]

Conclusion

The Macedonian nation that has filled its rich folklore treasure with so great a number of songs and dances famous for its sounds and rhythm around the world has also preserved one more precious heritage, a characteristic traditional artistic creation – the embroidery. This old art tradition, created and nourished throughout centuries in numerous saved samples, shall remain a permanent evidence of the creative originality of the Macedonian woman and her impeccable sense of playing with colors and forms.

The roots of the Macedonian embroidery art most probably date back to the pre-Slavic cultural soil, since it is well known that even ancient Slavs were familiar with the embroidery. However, its complex evolution process had truly begun when the Macedonian Slavs settled the middle parts of the Balkan Peninsula, rich in turbulent historical events where different ethnic and cultural currents crossed. At first this happened through adjustment to similar elements of other Balkan cultures and later through the direct influence of the Byzantine civilization. Although the Ottoman rule was the longest in duration in Macedonia, it had no significant contribution to the development of the Macedonian embroidery art in spite of some Islamic elements present, in particular in view of color changes and introduction of new motives. Embroidery in fact, is in general a rather varying category prone to different transformations in spite of its traditional connection to certain normatives. However, apart from the different historical facts and cultural differences, the collective art potentials and general artistic-esthetic normative of the environment in which this art has been created

[4] Пљакова Соња, М-р, *Инспиративните аспекти на традиционалниот фолклор во високата мода, со посебен акцент на везот од македонската носија*, Магистерски труд, Ментор Проф. д-р Донка Барџиева - Трајковска, Скопје, 2010

and existed can be regarded as the most significant moment in establishing the Macedonian art creation as a unique folk art.

Making the national costume redesign, my inspiration and association took me to the esthetic visual fabric – velvet which also gives depth of interlace as well as visualization and fullness of the material. The velvet is made of cotton, and color depth tone that is the dark color tone of the material took me to the dark colors of embroidery thread – this being black and dark blue, made of cotton and colored by indantren dye (permanent and lasting dyes). My redesign used in the embroidery and the form of models is trendy and explicitly designed in haute cuture.[5]



[5] Plakova Sonja, M Sci, *Inspirational aspects of traditional folklore in Haute Couture with special emphasis on the embroidery of the Macedonian national costume*, Master thesis, Mentor Prof. Donka Bardzieva Trajkovska, PhD, Skopje, 2010

Сл. 10 Редизајниран вез



Сл. 11 Редизајниран вез и форма



Сл. 12 Редизајниран вез и форма

Користена литература

1. Група автори, *Уметничкото богатство на Македонија*, Македонска книга, Скопје, 1984
2. Етнолошки преглед, бр. 17, Београд, 1982
3. Колекција на Христифор Црниловиќ, Етнографски музеј "Манакова куќа", Белград
4. Крстева Ангелина, *Главни карактеристики на народните носии од Јужна Македонија,* Етнолошки преглед, бр. 17, Београд, 1982, стр. 50-51
5. Крстева Ангелина, *Македонски народни везови*, Македонска книга, Скопје, Институт за фолклор, 1975
6. Крстева Ангелина, *Македонски народни везови*, Македонска книга, Скопје и Институт за фолклор, Скопје 1987
7. Крстева Ангелина, *Македонски народни везови*, Скопје, 1954
8. Македонски Народни Носии - Етнолошки Музеј, Скопје, 1963
9. Манева-Чупоска, Стојанка – Јана, *Колекција*, Факултет за арт и дизајн, Скопје, 2010, стр. 125-128
10. Петрушева Аница, *Народните носии*, од книгата *Етнологија на Македонците*, издание на Македонската академија на науките и уметностите, Скопје 1991
11. Пљакова Соња, М-р, *Инспиративните аспекти на традиционалниот фолклор во високата мода, со посебен акцент на везот од македонската носија*, Магистерски труд, Ментор Проф. д-р Донка Барџиева Трајковска, Скопје, 2010
12. Хаџи-Васиљевиќ, Ј., *Костур и његова околина*, Братство, XXII, Београд, 1928, стр. 86 и 91. Македония като природно и стопанскоцяло, София, 1945, 18

7.033.2(495)(049.3)

Assistant lecturer **Jasmina S. ĆIRIĆ**[1]

THE BYZANTINE MONUMENTS OF THE EVROS / MERIÇ RIVER VALLEY

The book *The Byzantine Monuments of the Evros / Meriç River Valley* represents a summary of archaeological and architectural field works in Meric river Valley. The general Introduction sets the implications for investigations of byzantine monuments in this territory. In order to find satisfactory explanations for strategic importance of the territory, the chapter *The Evros / Meriç Valley in the Byzantine Period* examines the sacred landscape also the continuity of cult places from early Christianity than the use/reuse of lapis rediviva in Middle Byzantine artistic period. It seems implicative the part of the chapter which begins with description about Enez, especially fortification inscriptions dated around 1385. With carefully selected illustrations a connoisseurs of this question could easily understand Constantinopolitan architecture formulas: structure of the church follows the inscribed cross than façade surfaces which follows Constantinopolitan and Thessaloniki articulation examples.

In chapter *Ainos (Enez) and its monuments* describes the culture heritage of this region. Of Byzantine churches in this chapter are discussed nowadays Fatih Mosque, Theotokos Chrisophege Church, Saint George Church, Saint George Neokiserias Church, Saint John the Forerunner Church, Theotokos Phaneromene Church, Saint Euplos Church and Kral Kilisesi. As the most interesting discovery

[1] **Assistant lecturer, Department for Art History / Institute for Art History**
Faculty of Philosophy, Belgrade
Robert Ousterhout – Charalambos Bakirtzis, *The Byzantine Monuments of the Evros / Meriç River Valley*, Thessaloniki, European Center for Byzantine and Post Byzantine Monuments 2007. 184 pp.; 2 maps, 1 satellite image, 19 drawings, 52 figures (black and white), 110 color photography, 28 architectural drawings.

of Istanbul University, authors states Kral Kilisesi located outside the citadel. Although only partially explored, preserved remains of the eastern part of the church and pillars of the nave are very interesting discoveries. In addition to the findings of 10 gold and 86 silver coins from the period Comnenus, the columns were found many carved crosses, fragments of mosaic and fresco painting, which testifies that the church was highly respected in the region. By architectural features dated in the twelfth century, and as the closest parallel in the technique of building the listed St. Sophia in Thessaloniki. It should be particularly drawn to the observations regarding the Fatih Mosque. After data presentation from the historiography and building descriptions it's brought attention to the findings of a number of decorative facade elements which correspond to elements of the facade of the twelfth century in the capital. This is illustrated by a photograph showing the apse of Fatih Camii and a motif of swastika combined with meander the same as one on the apse of the south church of Constantine Lips Monastery in Constantinople. Mentioned archaeological data from the Fatih mosque could be of great importance for testing and certainly not enough known Byzantine heraldry and its theological provenience, especially if we now for earlier historiography data where that motif was recognized as one of dynastic devices of Comnenus than Paleologues.[2]

Chapter 3 *Vera (Pherai) and its monuments* describes the Isaac Comnenus mausoleum spatial characteristics, the church of Theotokos Kosmosoteira in Pherai one of the better-preserved examples of Byzantine architecture of XII century in that region.

So-called Middle Byzantine scheme of Kosmosoteira temple has changed that the western part in continuo communicates with the central part of the nave by

[2] C. Mango-E. J. W. Hawkins, *Additional Finds at Fenari Isa Camii, Istanbul*, Dumbarton Oaks Papers 22 (1968), 177-184, посебно 181; G. Vikan, *Review of Hugo Buchtal and Hans Belting, Patronage in Thirteenth century Constantinople. An Atelier of Late Byzantine Book Illumination and* Calligraphy, Art Bulletin 63, 2 (1981), 325-328, посебно 326; cf. J. С. Ћирић, *Артикулација источне фасаде католикона манастира Константина Липса у Цариграду*, Ниш и Византија V, Ниш 2007, 324.

engaging twin columns. It was stressed that the twin columns appears in the capital's architecture, and their presence is explained by the need to tomb of the founder be available in the liturgy. It is of great importance are considerations regarding the place of the tomb of Isaac Comnenus. Despite the existence of a Typikon of the monastery from which we learn that Isaac Comnenus originally intended tomb in the Monastery of Christ Chora, in historiography was represented different interpretations in relation to its place.

Robert Ousterhout believes that the tomb was located in the northwest of the temple, separate bronze fence, which further supports the funeral program in fresco painting. After the recent cleaning of the frescoes, it was found that in the eastern pair of pillars originally contained the Annunciation, in the northern part of the wall over the southern pair of columns Presentation on the east side of the inside of the barrel vault of the southern port was Nativity, and the inner arc south-east bay Resurrection. The dome above the northwest bay is shown by Isaac Comnenus Virgin mentions in Typikon for the salvation of their souls, and in the center of the arc were contained myrrh-bearing compositions at the tomb of Christ.

In the funeral context of particular importance is the representation of angels showing burial of the founder. In addition to surviving standing figures, the authors indicates that the north and south walls standing figures presented the holy warriors: “although usually identify themselves as holy warriors, they wear crowns and are presented without a label, with characters who deviate from, the usual "iconography”. Their appearance is reminiscent of the founder members of the family, perhaps Andronicus (Isaacs’s brother) and Alexius I Comnenus, John II (Isaacs’s brother) and Isaac Comnenus. (..) probably plays an unusual contribution to the warrior values associated with family Comnenus.” With meticulous reading of the spatial structure, especially the static tasks solved by engaging contrefors, the authors discussed the issue of the use of metal in the structural capacity of buildings. Experienced experts in construction techniques, the authors recognize

the contextualization of the details of architecture Pantokrator monastery in Constantinople and the transfer thereof.

It is symptomatic that while on one hand talking about "brick thicknesses, following the standard Constantinopolitan technique of the day, as in the south church of the Pantokrator Monastery (1118-1124)"[3] than "the plasticity of the apses and the ornamental brickwork is similar in the twelfth-century phase of the Chora Monastery (Kariye Camii) in Constantinople, probably also built by Isaac Comnenus"[4], in the interpretation of the sign placed on the southeast side of the church, absent the parallelism with Constantinople. Speaking of the wall surface diaconicon, an eagle motif placed in a niche diaconicon, was called "the unusual image of the eagle"[5] although the use of the sign of the eagle before in the history recognized as a topos of the ruling dynasty.[6]

With consideration of the fortifications and settlements near the residence of the Byzantine rulers Didymoteichon, in the chapter *Didymoteichon and its monuments* discusses the architecture and wall paintings of St. Athanasius. and St. Catherine. It was found out that the church of St. Athanasius belonged to a larger spatial structure, as such it had a place in the development of so-called ambulatory as is the case in the monastery of Constantine Lips, or the Monastery of Christ the Chora. It is significant to mention that during 1990 the walls of the second and fourth lower south nave discovered the remains of painted figures in natural size. Because of the preserved fragment of a wing of the plays and Ousterhout and Bakirtzis suggested three possible identifications: archangels on the throne, the rulers of the winged angels or rulers. In the history of Byzantine art are common

[3] R. Ousterhout – Ch. Bakirtzis, *The Byzantine Monuments of the Evros / Meriç River Valley*, Thessaloniki, European Center for Byzantine and Post Byzantine Monuments, 2007, 60.
[4] Ibid. 62.
[5] Ibid.
[6] Cf. A. Muthesius, *The Byzantine Eagle*, Studies in Silk in Byzantium, London 2004, 227-236 (са литературом).

representations of the Archangels, although their clothing usually was as a warrior, not imperial. The authors also remind us that the rulers are in the company and as one of the distinctive examples point to the royal performance in Ljubostinja Monastery.

While the chapter *Pythion and Pranghi* describes the monuments that are located northeast of Didimoteichon, the chapter *Adrianopolis (Edirne) and its monuments* points to the findings regarding the fortifications and Byzantine churches Edirne. The paper presents data relating to the Church of St. Sofia, a small chapel Sinaitikon, then today Yildirim Mosque, and numerous fragments and spolias.

Carefully composed, the book by Robert Ousterhout and Charalambos Bakirtzis *The Byzantine Monuments of the Evros / Meriç River Valley* represents a significant scientific and publishing project. Bearing in mind that they exposed the current research and new observations on the architectural activities in Meric Valley, this publication is not only interesting for understanding of the topos and building activity which gravitates to topos and for changes and semiotic messages of Byzantine architecture, than for its multidisciplinary approach, which sets an example for the future studies of religious transformation in general.

Г О Д И Ш Н И К

на трудови

ЕВРОПСКИ УНИВЕРЗИТЕТ
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
Скопје

За издавачот

Проф. д-р **Бојо Андрески**

ГОДИНА III БРОЈ 3

ISSN: 1857-6117

UDK: 378,

Тираж:
250 примероци

Печати**:**
АБЦ принт - Скопје

ЕВРОПСКИ УНИВЕРЗИТЕТ - РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА - Скопје
Адреса: Бул. „Св. Климент Охридски 68“ - 1000 Скопје
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

www.eurm.edu.mk



EUROPEAN
UNIVERSITY
R. MACEDONIA

www.eurm.edu.mk