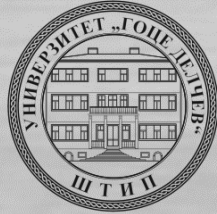


УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП



2024

ГОДИШЕН ЗБОРНИК НА
ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И
БИЗНИС ЛОГИСТИКА

YEARBOOK OF FACULTY OF
TOURISM AND BUSINESS
LOGISTICS

ГОДИНА 4

VOLUME I

GOCE DELCEV UNIVERSITY - STIP

ISSN 2671-3969

DOI: <https://www.doi.org/10.46763/YBFTBL>



ГОДИШЕН ЗБОРНИК НА
ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА
2024

YEARBOOK OF
FACULTY OF TOURISM AND BUSINESS LOGISTICS
2024

ГОДИНА 4

VOLUME 1

ГОДИШЕН ЗБОРНИК НА
ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС
ЛОГИСТИКА

YEARBOOK OF
FACULTY OF TOURISM AND
BUSINESS LOGISTICS

За издавачот

Проф. д-р Татјана Бошков

For the publisher

Prof. Tatjana Boshkov, Ph.D.

Издавачки совет

Проф. д-р Дејан Мираковски
Проф. д-р Лилјана Колева Гудева
Проф. д-р Мишко Цидров
Проф. д-р Татјана Бошков
Проф. д-р Наташа Митева

Editorial board

Prof. Dejan Mirakovski, Ph.D.
Prof. Liljana Koleva Gudeva, Ph.D.
Prof. Mishko Dzidrov, Ph.D.
Prof. Tatjana Boshkov, Ph.D.
Assis. Prof. Natasha Miteva, PhD.

Редакциски одбор

Проф. д-р Татјана Бошков (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Мишко Цидров (Р.С. Македонија)
Доц. д-р Наташа Митева (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Никола В. Димитров (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Билјана Петревска (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Елизабета Митрева (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Златко Јаковлев (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Цане Котески (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Драшко Атанасоски (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Мичо Апостолов (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Александра Жежова (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Зоран Темелков (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Марија Магдинчева-Шопова (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Тања Ангелкова Петкова (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Дејан Методијески (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Мимоза Серафимова (Р.С. Македонија)
Доц. д-р Душко Јошески (Р.С. Македонија)
Доц. д-р Оливер Филипошки (Р.С. Македонија)
Доц. д-р Владимир Китанов (Р.С. Македонија)
Доц. д-р Анета Стојановска-Стефанова (Р.С. Македонија)
Доц. д-р Душица Попова (Р.С. Македонија)
Доц. д-р Цветанка Ристова Магловска (Р.С. Македонија)
Д-р Билјана Цоневска Гуњовска (Р.С. Македонија)
Доц. д-р Христина Серафимова (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Сладзана Стојановска (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Глигор Бишев (Р.С. Македонија)
Доц. д-р Васко Шутаров (Р.С. Македонија)
Проф. д-р Мадалина Теодора Андреи (Романија)
Проф. д-р Соња Кирова (Шпанија)
Проф. д-р Серџо Чипола (Италија)
Проф. д-р Ализа Флејшер (Израел)
Проф. д-р Ноам Шовал (Израел)
Проф. д-р Нурија Елиса Морере Молинеро (Шпанија)
Проф. д-р Николас Хурвулиадес (Грција)
Проф. д-р Донила Пипа (Албанија)
Проф. д-р Мохамед Фуад (Египет)
Проф. д-р Францис Вериза (Мадагаскар)

Editorial staff

Prof. Tatjana Boshkov, Ph.D.
Prof. Mishko Dzidrov, Ph.D.
Assis. Prof. Natasha Miteva, PhD.
Prof. Nikola V. Dimitrov, PhD.
Prof. Biljana Petrevska, PhD.
Prof. Elizabeta Mitreva, PhD.
Prof. Zlatko Jakovlev, PhD.
Prof. Cane Koteski, PhD.
Prof. Drasko Atanasoski, PhD.
Prof. Mico Apostolov, PhD.
Prof. Aleksandra Zezova, PhD.
Prof. Zoran Temelkov, PhD.
Prof. Marija Magdinceva-Shopova, PhD.
Prof. Tanja Angelkova Petkova, PhD.
Prof. Dejan Metodijeski, PhD.
Prof. Mimoza Serafimova, PhD.
Assis. Prof. Dushko Joseski, PhD.
Assis. Prof. Oliver Filiposki, PhD.
Assis. Prof. Vladimir Kitanov, PhD.
Assis. Prof. Aneta Stojanovska-Stefanova, PhD.
Assis. Prof. Dushica Popova, PhD.
Assis. Prof. Cvetanka Ristova Maglovska, PhD.
Biljana Conevska Gunjovska, PhD
Assis. Prof. Hristina Serafimovska, PhD
Prof. Sladzana Stojanovska, PhD
Prof. Gligor Bishev, PhD
Assist. Prof. Vasko Shutarov, PhD
Prof. Madalina teoora Andrei, PhD
Prof. Sonja Kirova, PhD
Prof. Serdzo Chipola, PhD
Prof. Aliza Flejsher, PhD
Prof. Noam Shoval, PhD
Prof. Nuria Elisa Morere Molinero, PhD
Prof. Nicolas Hourvouliades, PhD
Prof. Donila Pipa, PhD
Prof. Mohamed Fuad, PhD
Prof. Francis Veriza, PhD

Проф. д-р Октавиан Сербан (Романија)	Prof. Oktavian Serban, PhD
Проф. д-р Сабина Георги (Романија)	Prof. Sabina Georgi, PhD
Проф. д-р Озгур Јерли (Турција)	Prof. Ozgur Jerli, PhD
Доц. д-р Жарко Раџеновиќ (Србија)	Assis. Prof. Zarko Radzenovik, PhD
Проф. д-р Дарко Димитровски (Србија)	Prof. Darko Dimitrovski, PhD
Проф. д-р Драго Цвијановиќ (Србија)	Prof. Drago cvijanovik, PhD
Проф. д-р Марија Белиј (Србија)	Prof. Marija Belij, PhD
Проф. д-р Андреј Мичовиќ (Србија)	Prof. Andrej Michovik, PhD
Проф. д-р Серафима Рочкован (Молдавија)	Prof. Serafima Rochkovan, PhD
Проф. д-р Стела Дерменџиева (Бугарија)	Prof. Stela Dermendzieva, PhD
Проф. д-р Марта Боровска-Стефанска (Полска)	Prof. Marta Borovska Stefanska, PhD
Проф. д-р Јулијана Поп (Романија)	Prof Julijana Pop, PhD
Проф. д-р Елена Тома (Романија)	Prof. Elena Toma, PhD
Проф. д-р Светлана Станкова (Бугарија)	Prof Svetlana Stankova, PhD
Проф. д-р Ирина Лазар (Романија)	Prof Irina Lazar, PhD

Уредувачки одбор

Проф. д-р Татјана Бошков – Главен уредник
Доц. д-р Наташа Митева – Одговорен уредник
Доц. д-р Душко Јошески – Уредник
Доц. д-р Душица Попова – Уредник

Editors

Prof. Tatjana Boshkov, PhD. – Managing Editor
Assis. Prof. Natasha Miteva, PhD. – Editor in chief
Assis. Prof. Dushko Joseski, PhD. - Editor
Assis. Prof. Dushica Popova, PhD - Editor

Техничко уредување

Славе Димитров

Technical editor

Slave Dimitrov

Јазично уредување

Вангелија Цавкова
д-р Марија Крстева

Language editor

Vangelija Cavkova
Marija Krsteva, PhD.

Редакција и администрација

Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип
Факултет за туризам и бизнис логистика
ул. „Крсте Мисирков“ бб, п. факс 201,
2000 Штип, РС Македонија

Address of the editorial office

Goce Delcev University – Stip
Faculty of Tourism and Business Logistics
Krste Misirkov 10-A., PO box 201,
2000 Štip, RN Macedonia

СОДРЖИНА - CONTENTS

МОЌ И ОДГОВОРНОСТ НА МЕНАЏЕРОТ И ЕФЕКТИВЕН И МОДЕРЕН МЕНАЏЕР.....	6
УЛОГИТЕ НА МЕНАЏЕРИТЕ ЗА ЕФЕКТИВНОСТ И ЕФИКАСНОСТ ВО ДЕЛОВНИТЕ АКТИВНОСТИ	17
ОД ПРЕДИСТОРИСКИ РИТУАЛ ДО КУЛТУРЕН ТУРИЗАМ	27
ЕВАЛУАЦИЈА НА МЕТОДИТЕ ЗА УПРАВУВАЊЕ СО РИЗИЦИ ВО БАНКАРСКАТА ИНДУСТРИЈА.....	36
ДРЖАВНИ ПОЛИТИКИ И МЕРКИ ЗА РАЗВОЈ НА ПРЕТПРИЕМНИШТВО.....	44
ПАСТРМАЈЛИЈАТА КАКО ПОТЕНЦИЈАЛ ЗА РАЗВОЈ НА ГАСТРОНОМСКИОТ ТУРИЗАМ	50
ПРЕТПРИЕМНИЧКОТО ОДНЕСУВАЊЕ ВО ФУНКЦИЈА НА ИНТЕРКУЛТУРАЛИЗМОТ..	57
СЕБЕИСТРАЖУВАЊЕТО И ИСТРАЖУВАЊЕТО НА ОКРУЖУВАЊЕТО ВО ПРОЦЕСОТ НА УПРАВУВАЊЕ СО КАРИЕРАТА.....	62
OPTIMAL TAXATION WITHOUT STATE-CONTINGENT DEBT, THE RAMSEY ALLOCATION FOR A GIVEN MULTIPLIER, AND TAX SMOOTHING OF CONSUMPTION AND TAXES IN COMPLETE AND INCOMPLETE MARKETS	71
ТЕОРИИТЕ ЗА МАСОВНО КОМУНИЦИРАЊЕ И НИВНИТЕ ИМПЛИКАЦИИ НА ДЕМОКРАТСКИТЕ ПРОЦЕСИ.....	92

МОЌ И ОДГОВОРНОСТ НА МЕНАџЕРОТ И ЕФЕКТИВЕН И МОДЕРЕН МЕНАџЕР

Златко Јаковлев¹, Цане Котески²

¹ Факултет за туризам и бизнис логистика – Гевгелија, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип
zlatko.jakovlev@ugd.edu.mk

² Факултет за туризам и бизнис логистика – Гевгелија, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип
cane.koteski@ugd.edu.mk

Апстракт. Моќта е способност да се казнува или наградува. Тоа е исто како на деловен така и на личен план. Така на пример, ако едно лице може друго лице да повреди или да го направи среќно, тоа значи дека има моќ над него. Моќта е способност да се даде или да се задржи потребната соработка. Во тој контекст станува забор за менаџерот и неговата моќ. Денешниве турбулентни услови кои се присутни на меѓународниот пазар од една страна бараат адекватно знаење од областа на менаџментот, но исто така од друга страна неопходно е да се одговори пред општествената заедница. Сето тоа е возможно доколку се поседуваат изградени етички норми кон неа. Бизнисот не треба да се сфати само како остварување на профит, туку тој има и свои одговорности кои се изразуваат преку задоволување на желбите, потребите и интересите на клиентите, како и кон општеството заради создавање на општествено добро. Работата на успешниот и модерен менаџер е да креира опкружување кое се однесува на остварување на личните цели и целите на претпријатието. Ефективниот и модерен менаџер треба да биде способен да инспирира, мотивира и да ја насочува работата на другите. Тој треба да создава кај нив ентузијазам за остварување на целите на претпријатието, а целите да бидат јасни за подредените. Исто така, успешниот и модерен менаџер треба да има техничка способност во областа на неговата активност.

Клучни зборови: менаџмент, успешност, авторитет, знаење, профит, деловно опкружување

Abstract. Power is the ability to punish or reward. It's the same on a business and personal level. So, for example, if one person can hurt another person or make them happy, it means that they have power over them. Power is the ability to give or retain necessary cooperation. In that context, it becomes oblivious to the manager and his power. Today's turbulent conditions present in the international market on the one hand require adequate knowledge in the field of management, but also on the other hand it is necessary to answer to the social community. All of this is possible if you have established ethical norms towards it. Business should not only be understood as making a profit, but it also has its own responsibilities that are expressed by satisfying the wants, needs and interests of customers, as well as to society for the creation of social good. The job of a successful and modern manager is to create an environment that is conducive to the achievement of personal and enterprise goals. An effective and modern manager should be able to inspire, motivate, and direct the work of others. It should create in them enthusiasm for achieving the goals of the enterprise, and the goals should be clear to subordinates. Also, a successful and modern manager should have technical ability in the field of his activity.

Key words: management, performance, authority, knowledge, profit, business environment

1. Вовед

Во перманентните контакти со луѓето е евидентно дека во односите помеѓу поединци постојат односи на доминација. Во разни видови човечки групи хиерархијата на моќта е редовна појава. Социјалната моќ во човековото општество, се базира на социјалната свест на луѓето која е на високо ниво и која еволутивно гледана е поврзана со деловната активност на човекот и која што не е само резултатот на биолошката, туку пред се на социјалната еволуција на човекот. Моќта е феномен за која сите се свесни за нејзиното постоење. Впрочем се работи за одредено влијание на поединци, групи или организации, врз други поединци, групи или организации. Како резултат на перманентното комуницирање станува збор за една состојба во која едните имаат моќ и ја користат, а другите ја немаат па затоа се принудени да се потчинуваат. Моќта е способност да се казнува или наградува. Тоа е исто како на деловен така и на личен план. Така на пример, ако едно лице може друго лице да повреди или да го направи среќно, тоа значи дека има моќ над него. Моќта е способност да се даде или да се задржи потребната соработка. Да се живее во цивилизирано општество и прилично независна средина значи да се потпира на други луѓе. Па според тоа, колку општеството е на повисок степен на цивилизираност, толку побеспомошно се чувствуваат

¹ проф. д-р Златко Јаковлев, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика - Гевгелија

² проф. д-р Цане Котески, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика - Гевгелија

поединците. Во тој контекст Адизес истакнува дека „кој и да Ви треба за било која причина има моќ над Вас.

Денешните турбулентни услови кои се присутни на меѓународниот пазар од една страна бараат адекватно знаење од областа на менаџментот, но исто така од друга страна неопходно е да се одговори пред општествената заедница. Сето тоа е возможно доколку се поседуваат изградени етички норми кон неа. Бизнисот не треба да се сфати само како остварување на профит, туку тој има и свои одговорности кои се изразуваат преку задоволување на желбите, потребите и интересите на клиентите, како и кон општеството заради создавање на општествено добро.

Работата на менаџерот е да креира опкружување кое се однесува на остварување на личните цели и целите на претпријатието. Познато е дека менаџерот треба да биде способен да инспирира, мотивира и да ја насочува работата на другите. Тој треба да создава кај нив ентузијазам за остварување на целите на претпријатието, а целите да бидат јасни за подредените. Исто така, успешниот менаџер треба да има техничка способност во областа на негово делување. Важен концепт за менаџерите е синергијата, бидејќи ја нагласува важноста од заедничката соработка на еден координиран начин. Успешниот и модерен менаџер треба да поседува такви квалитети и карактеристики кои ќе овозможат најголема ефикасност и ефективност во работењето.

1.1. Моќ на менаџерот во туризмот

Во перманентните контакти со луѓето е евидентно дека во односите помеѓу поединци постојат односи на доминација. Во разни видови човечки групи хиерархијата на моќта е редовна појава. Социјалната моќ во човековото општество, се базира на социјалната свест на луѓето која е на високо ниво и која еволутивно гледана е поврзана со деловната активност на човекот и која што не е само резултатот на биолошката, туку пред се на социјалната еволуција на човекот. Моќта е феномен за која сите се свесни за нејзиното постоење. Впрочем се работи за одредено влијание на поединци, групи или организации, врз други поединци, групи или организации. Како резултат на перманентното комуницирање станува збор за една состојба во која едните имаат моќ и ја користат, а другите ја немаат па затоа се принудени да се потчинуваат. Моќта е способност да се казнува или наградува. Тоа е исто како на деловен така и на личен план. Така на пример, ако едно лице може друго лице да повреди или да го направи среќно, тоа значи дека има моќ над него. Моќта е способност да се даде или да се задржи потребната соработка. Да се живее во цивилизирано општество и прилично независна средина значи да се потпира на други луѓе. Па според тоа, колку општеството е на повисок степен на цивилизираност, толку побеспомошно се чувствуваат поединците. Во тој контекст Адизес истакнува дека „кој и да Ви треба за било која причина има моќ над Вас. Тие се толку моќни колку и важноста што ја придонесуваат за она што Ви треба од нив.“³

Лидерството претставува процес на привлекување односно следење на другите или остварување на влијание над другите луѓе. Во овој поглед лидерството го разгледуваме од два аспекти и тоа: од аспект на поведување на другите луѓе и од аспект на водење на другите луѓе. Зборувајќи за аспектот на поведување на другите луѓе, мислиме на она водење на луѓето, кои го следат својот менаџер - лидер, заради неговата способност, знаење, умеење, честитост, реалност, отвореност, делотворност, како и ред други квалитети кои ги поседува тој и кој со сето тоа, придонесува за успешно работење на фирмата, за задоволството на вработените и преку квалитетните производи за задоволството на купувачите. Значи во овој аспект на лидерство, менаџерот - лидер се јавува како пример односно идеал на вработените. Тој ги води луѓето без никаква принуда туку преку своите квалитетни особини. Во ваквите случаи луѓето не чувствуваат никаков страв, туку чувствуваат срам т.е. се чувствуваат непријатно доколку погрешат или не ги извршат правилно своите задачи. Во такво претпријатие од доменот на туризмот постои меѓусебна љубов, почит, разбирање, работливост и големо познавање. Секој човек многу добро сам си се познава, си ги знае своите слабости, способности, можности и опасности. Секој човек е многу отворен, реален, честит, работлив. Ова водство (поведување) го нарекуваме водство со љубов. Сепак, свесни сме дека на овој степен на развој на свеста многу тешко е да се најде организација со вакво водство и со соодветен кадар кој е достоин за вакво работење. Затоа, во практиката водството е во симбиоза со моќта на лидерот. Во тој поглед, често лидерството се сфаќа како процес на остварување на влијанието над другите луѓе, со поседување на моќ, всушност тоа е нашиот втор аспект на лидерството.

³ Adizes, I., (1991), *Mastering Change: The power of Mutual Trust and Respect in Personal life, Family Life, Business and Society*, Adizes Institute Publications, Santa Monica, превод според Смилески, Ц., (1994), *Овладување со промените*, Центар за кадровски и информатички услуги „Детра“ – Скопје, 118.

Одредени автори истакнуваат дека, два важни фактори влијаат на менаџерот колку тој ќе биде делотворен во улогата на лидер: видот и големината на моќта која таа личност ја поседува. На некој со многу мала моќ или овластување ќе му биде многу тешко да се здобие со почитување од личностите ако се однесува автократски. Самата употреба на зборовите „моќ или овластување”, ни кажува дека се работи за две работи.

Како што е претходно споменато моќ е *способност* една личност да влијае на други луѓе. Во организациите постојат повеќе видови на моќ. *Овластувањата* се право да се користи моќта - тие ја овозможуваат нејзината употреба. Моќта може да се стекне со тоа што имате власт над средствата кои на другите луѓе им се потребни или кои тие ги сакаат-пари, материјал, знаење и тн.-или што имате добри односи со другите луѓе. *Уценувачите* на пример, *имаат моќ* над своите жртви, но *не и власт* - тие имаат *право* да бидат уценувачи⁴.

Овластувањето на менаџерот да ја применува моќта, доаѓа од неговиот авторитет што го има во својата организација од доменот на туризмот. Значи, самиот авторитет на менаџерот во организацијата, неговата положба, функција и улога, му дава формално право да врши влијание врз подредените. Моќта е способност, сила на менаџерот - лидерот во туризмот да врши влијание на другите или да го наметнува своето влијание на другите. Ова не значи дека моќта и авторитетот мораат да се поклопуваат.

Суштината на моќта може да се сфати, доколку под тоа се подразбере способност односно (за нас поприфатливо е да кажеме) сила, на менаџерот - лидерот да влијае врз другите, да може да ја совладува нивната резистентност и да ги мобилизира во активност за постигнување на саканата цел. Во тој контекст, авторитетот дава право да се примени и моќ, при што и тој се оформува со легализација на моќта.

Иако во практиката се сретнуваат разни видови извори на моќ, сепак позначајни се: положба, овластување, средства, социјална (општествена) положба, информираност, наградување, принуда (казнување), стручност, знаење, личност и други.⁵

Често пати моќта на менаџерот се поистоветува со неговата положба. Но, тоа во целост не смее така да се сфати. *Положбата* која ја зазема менаџерот во организацијата, е еден извор на моќ. Покрај неа менаџерот може да ги користи и другите извори на моќ, кои погоре се спомнати. Соодветната положба на менаџерот во туризмот му дава соодветна моќ. Таа моќ значи, согласно положбата да се има власт да се направат одредени нешта, како што се одредување и организирање на работата на групата, вработените, одредување на планот на приходите и расходите, одлучување за патувања, состаноци, користење на годишен одмор, дополнителни работни активности и сл.

Моќта која произлегува од *овластувањето*, всушност тоа е онаа моќ која е поверена врз основа на овластување од соодветниот орган или менаџер од повисок ранг, да се изврши одредена задача, активност или слично.

Изворот на моќ која произлегува од *управувањето со средствата*, подразбира менаџерот да има право за контрола на средствата (машините, финансиите, набавките, пласманот на туристички услуги и слично) и луѓето кои ги користат тие средства. Всушност тука менаџерот во туризмот одлучува за користење на тие средства и има право и да го контролира нивното користење.

Моќта која произлегува од социјалната (општествената) положба на личноста во средината и се базира врз фактичкиот авторитет, познанството, пријателството или принципот „интерес за интерес”, или врз други принципи. Или поедноставно кажано, често се слуша како некој ќе рече, тој менаџер има голем авторитет кај голем број фактори, или некој друг за друг менаџер ќе рече, тој менаџер е голем пријател со многу влијателни луѓе и така натака. Не ретко при недефинирана сопственост на капиталот а особено во општествените и јавните претпријатија некој ќе рече, не фаќајте работа со тој и тој менаџер, тој има моќ, го „крепат” многу луѓе, ги поткупува со „туѓи” пари и привилегии. Во овој случај моќта често се злоупотребува и се користи за стекнување на сопствена кариера или подобрување на сопствените услови на живот. Користењето на моќта за лични интереси а при тоа не водејќи сметка за другите, не е за оправдување.

Друг извор на моќ на менаџерот е оној кој се користи врз основа на можноста за пристап до одредени *информации* и користење на тие информации. Се вели дека информацијата е сила информацијата е моќ, па според тоа кој располага со доволен број на информации, тој повеќе знае за иднината и тој има и моќ полесно да завладее со состојбите.

⁴ Thomson, R., (1998), People Management, IP CLIO, Beograd, 15.

⁵ Мицески, Т., Јаковлев, З., (2012), Менаџмент во туризмот, 2^{PH} Август – Штип, Штип, 115.

Менаџерот има право да *наградува*, или да казнува. Со тоа тој е моќен да дава награди, да унапредува, да го зголемува личниот доход, да дава парични награди, привилегии или други подобности. Често луѓето остануваат лојални и на неспособните менаџери само да ја користат нивната моќ.

Исто така менаџерот, согласно својата положба, може да врши принуда или поедноставно кажано да издава наредба за извршување на некои задачи. Принудата денес е ретка. Пожелно е да се даде навестување дека ќе се примени казна ако нешто не се направи или ако одредена работа не е навреме извршена, а потоа да се изврши санкционирање доколку намерно не е извршена работата. Додека намерната пресија или намерното казнување или преместување од повисоко работно место на пониско работно место на способни кадри или пак бркање од работа на способни кадри од кои се плаши преку нивната способност да не му биде загрозувана неговата положба, не само што е тежок прекршок на овластувањата на менаџерот, за која заслужува тешка казна туку тоа е нечовечна и несвесна постапка за еден човек.

Знаењето е добар извор на моќ. Тоа е правилен извор на моќ. Кој знае тој има и моќ, со своето знаење т.е. способност да влијае врз другите. Знаењето е мотото на денешниот а уште повеќе на утрешниот ден. За да биде добар менаџер, треба да има знаење од областа на *менаџментот*, да има општи познавања т.е. знаења од многу други области: психологија, логика, социологија, економија, право, стручно знаење од областа на дејноста на организацијата кое се јавува и како посебен извор на моќ.

Моќта која произлегува од *стручноста* е всушност онаа моќ која се базира врз стручната оспособеност на менаџерот од дејноста на организацијата која е особено важна за менаџерите од прва линија и менаџерите од средно ниво и стручноста т.е. професионализмот на врвните менаџери од областа на менаџментот. Моќта заснована на стручноста во организацијата, најчесто произлегува од техничките (производните или услужните) знаења и знаењето за процесот (знаење за тоа како работите се извршуваат). Всушност врвниот менаџер не мора во почетокот да располага со големи стручни знаења од дејноста, но сепак мора да се труди и нив на адекватен начин брзо да ги совлада. Затоа тој во својот тим мора да има стручњаци од сите области.

Моќта на менаџерот произлегува од самата *личност* од нејзиниот изграден вредносен систем на квалитети и се користи во текот на извршувањето на функциите и улогите на менаџментот.

Моќта како способност на една личност да делува на друга личност може да се користи и преку негативно делување односно спречување да се извршат некои активности или нешта, да се одложат работите, создавање застој во работата или криење на информации и сл., доколку тоа е од интерес на организацијата, без загрозување на интегритетот на личностите. При користењето на овој вид на моќ треба да се настапува многу внимателно и да се води сметка исходот од тоа да биде во најдобар интерес на другите луѓе и сопствената организација. Пример да се одложи пуштањето на новата серија на производи се додека истите добро не се испитаат. Може да не се објавуваат целосни информации додека работата не се изврши целосно и така натака.

Треба да се истакне дека за да биде успешен менаџерот, покрај неговите способности и мотивација, треба да поседува и адекватен квантум и видови моќ. Моќта е способност на менаџерот да делува на однесувањето на членовите на групата да прават тоа што во други услови не би го правеле. Тој треба во конкретната ситуација да го избере оној тип моќ или нивна комбинација која е применлива во дадена ситуација. Без оглед на моќта, значајно е тоа дали подредените се спремни да го следат менаџерот. На делувањето на менаџерот, подредените можат да реагираат на три основни начини: преку нивни ангажман, со задоволување на желбите на менаџерот или преку отпор.

1.2. Одговорности на менаџерот

Денешниве турбулентни услови кои се присутни на меѓународниот пазар од една страна бараат адекватно знаење од областа на менаџментот, но исто така од друга страна неопходно е да се одговори пред општествената заедница. Сето тоа е возможно доколку се поседуваат изградени етички норми кон неа. Бизнисот не треба да се сфати само како остварување на профит, туку тој има и свои одговорности кои се изразуваат преку задоволување на желбите, потребите и интересите на клиентите, како и кон општеството заради создавање на општествено добро.

Како што е истакнато претходно, менаџерите поседуваат различни видови на моќ кои им даваат права да одлучуваат за сите проблеми на претпријатието. Но во исто време тие имаат и одговорности спрема некои интересни групи кои се нарекуваат *стејкхолдери*. Всушност станува збор за индивидуи или групи кои што директно или индиректно делуваат на претпријатието или пак се под нивно влијание. Стејкхолдерите на претпријатие можат да се поделат на внатрешни и надворешни. Внатрешни се сите оние групи кои се наоѓаат во претпријатието како што се:

вработените и акционерите, а надворешни се: потрошувачите, добавувачите, државните органи, синдикатот, финансиските институции и други. Кон сите нив менаџерите имаат одговорности. Меѓутоа, три групи имаат примарен карактер и кон нив менаџерите имаат специфични одговорности. Тоа се: вработените, сопствениците и потрошувачите.⁶

Општо гледано, постојат два екстремни ставови во поглед на етичкиот однос меѓу деловниот профит и деловната активност: дека крајна и базична цел на бизнисот е максимализација на профитот од една страна и дека бизнисот треба да тргне раце од мотивите за профит, за профитски критериуми и едноставно, да се зафати со општественото добро од друга страна. Меѓу овие два екстремни ставови, лесно е да се види дека одговорот треба да се бара некаде во средината. Профитот е потребен за да се реализираат обврските, но профитот нема долго да трае доколку се изгуби општествената положба на претпријатието. Треба јасно да се сфати целта на профитот, преку задоволување на интересите на заинтересираните страни: вработените, сопствениците/акционерите, купувачите, деловните партнери и општеството.

Менаџерите имаат одговорности за својата работа пред *вработените* во претпријатието. Ова се однесува како спрема неменаџерскиот кадар, така и спрема менаџерите на пониските нивоа од хиерархиската пирамида. Во функција на зголемување на продуктивноста во претпријатието, менаџерите треба да им обезбедат нормални услови за работа, да ги снабдуваат редовно со потребните ресурси, да им даваат квалитетни информации и да ги мотивираат професионално да ги извршат нивните задачи. Но, посебно е значајно нивните обврски вработените да ги прифатат како најзначаен ресурс на претпријатието, да имаат високо ниво на респект спрема нив како личности со свои желби, потреби, ставови и интереси, но и како креативни личности кои можат да дадат значителен придонес за поефикасно и поефективно извршување на задачите, да одржуваат перманентни квалитетни комуникации со нив, да развиваат добра организациска клима во претпријатието. Менаџерите треба да овозможат перманентно усовршување на знаењата, квалификациите, способностите и вештините на вработените преку разновидни курсеви, програми за тренинг, обука и развој. Обврска на менаџерот е правилно да ги наградува вработените и да ги мотивира преку различни материјални и нематеријални средства за мотивација. Менаџерите имаат и одговорности. Тие одговараат за нивната работа и работата на подредените пред менаџерите на повисоките нивоа.

Според тоа, на вработените треба да им се даде соодветна плата. Да се цени нивниот труд и да се наградува согласно остварените резултати. Сигурно дека остварените резултати најнапред се валоризираат на меѓународниот пазар, а потоа во самото претпријатие. Тоа значи етички е да се произведат производи кои се барани и вреднувани на пазарот, а неетички е да се произведат производи кои со својот квалитет, функционалност, употребливост и слично, отстапуваат од усвоените стандарди преку кои претходно бил освоено меѓународниот пазар. Наградувањето на вработените мора да се заснова врз нивните способности, вредности и придонеси во остварувањето на целите (профитот). Неетички е наградувањето (платата, промоциите и слично) да се врши врз некои измислени критериуми на верност, покорност и приврзаност кон менаџерот во туризмот, кој со својата поматена совест преку таквото манипулирање со вработените мисли да се одржи на менаџерска позиција (оваа карактеристика доста е присутна во организациите каде сеуште не е дефинирана сопственоста и каде се немаат изградено критериуми на вредности). Неетичноста произлегува и од односот кон општеството, зашто таквите менаџери работат и против интересите на општеството. За едно општество да оди напред потребно е во сите организации, менаџментот да го водат способни кадри, кои ќе ги ценат вредностите на другите.

Понатаму, етички е претпријатието преку своите фондови или кредитни средства, во границите на своите можности, да се грижи за решавање на некои социјални проблеми на вработените, како и да се грижи за развивање на социјалната етика (издигнување на етичкото делување на човекот во општествениот живот). Да го земеме примерот со решавање на социјалниот проблем - стан за живеење. Ќе се забележи дека доколку претпријатието располага со некои кредитни средства и му помогне на својот вработен да надополни дел од недостатокот на средствата за купување на стан, тогаш задоволството на вработениот ќе биде поголемо, мотивацијата за работење е уште поголема а исто така и неговото семејство ќе биде сместено во стан со благодарност кон претпријатието и без притисок кон државата и така натака.

Другиот пример, издигнувањето на етичкото делување на вработениот (преку примерот на менаџерот како идеал, обука и слично), може многу да придонесе не само за успехот на претпријатието туку и за општеството. Етичките норми на совесност, чесност, реалност,

⁶ Симонческа, Л., (2008), Менаџмент, Универзитет Св.,Климент Охридски“ – Битола, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 62.

отвореност, пријателски односи, почит, доверба, љубов и слично, многу придонесува за развивање на добри меѓучовечки односи во претпријатието, подигнување на културата и мотивираноста за работење. Така усвоените етички норми во организацијата се пренесуваат и во општеството.

Способноста за ефективно и ефикасно управување и раководење на другите е еден од основните фактори на успешниот менаџмент. Управувањето и раководењето означува остварување влијание врз група на луѓе, нивно насочување и координирање. Таквата улога најуспешно може да се спроведе доколку менаџерот поседува морални вредности, способности, знаење и умеење. Менаџерот со своето однесување, оспособност и разумност треба да служи како пример во претпријатието. Успехот во претпријатието се постигнува доколку вработените изградиле чувство на доверба, почит и респект кон својот менаџер, бидејќи тој успеал да ги гледа сите вработени исти. Тогаш кај нив преовладува цврста волја за остварување на своите работни задачи.

Менаџерите имаат одговорности и кон *сопствениците* на претпријатието, т.е. кон акционерите. Базичната одговорност на менаџерите кон сопствениците се состои во тоа да обезбедат претпријатието да остварува профит. Сопствениците ангажираат менаџери бидејќи самите не се стручни да извршат обезбедат адекватен раст и развој на претпријатието. Тие вложуваат голем квантум на финансиски капитал и како резултат од професионалниот ангажман на менаџерите, од нив очекуваат истиот да го вратат зголемен преку остварување на профит и екстра профит. При тоа покажуваат одредени барања кои менаџерите треба да ги исполнуваат сè додека не се спротивни на законските и моралните вредности. Менаџерите треба да знаат и да умеат и да ги откриваат желбите и барањата на сопствениците и да ги исполнуваат нивните очекувања. Покрај тоа што имаат одговорност да остваруваат профит, тие имаат и одговорност пред сопствениците за тоа како ги ангажираат ресурсите и колку ефикасно ги користат. Менаџерите преземаат на себе ризик од неуспешно алоцирање на ресурсите, лоши бизнис резултати и неуспех од привлекување на туристи како и од давање на некавалитетни туристички услуги. Ако тие не се способни да се справат со ваквите ризици се доведува во прашање нивната ефективност и нивната понатамошна менаџмент кариера.

Исто така, менаџерите имаат одговорности и кон *потрошувачите* на производите и услугите на претпријатието. Конечна цел на постоењето на секое претпријатие во пазарни услови на стопанисување, е профитот и неговата максимизација, а неговото остварување зависи во прв ред од реализацијата, односно од тоа колку клиентите ќе ги купуваат тие производи или услуги. Според тоа, понуда има две основни цели: остварување профит и задоволување на потребите на потрошувачите со одредени производи. Меѓу овие две цели постои комплементарност. Тоа значи дека степенот на остварување на првата цел е во зависност од остварување на втората. Колку е поголем степенот на респектирање на втората, толку ќе биде поголем степенот на реализирање на првата цел. Сите напори за зголемување на прометот. Исполнувајќи ги обврските кон потрошувачите преку задоволување на нивните потреби и желби како стејкхолдери, претпријатието работи во насока на остварување на сопствените цели и интереси, негов раст и развој. Покрај обврската да произведуваат туристички производи т.е. да даваат квалитетни услуги кои им се потребни на потрошувачите, менаџерите имаат одговорност пред потрошувачите нивната услуга да не биде во спротивност со моралните и етичките вредности. Тоа значи дека треба да го насочуваат работењето во претпријатието со кое менаџираат кон целосно задоволување на интересите на потрошувачите.

Менаџерите имаат различни одговорности во зависност од местото кое го имаат во хиерархиската пирамида. Одговорностите на генералниот менаџер можат да се класифицираат во пет категории:

- Генералниот менаџер е одговорен за поставување на долгорочни цели.
- Генералниот менаџер е одговорен за креирање планови за поддршка, кои ќе придонесат да се остварат селектираните цели.
- Генералниот менаџер е одговорен за разрешување на одредени спорни ситуации, конфликти кои произлегуваат од активностите на претпријатието.
- Генералниот менаџер е одговорен за селектирање, мотивирање и промовирање на вработените.
- Генералниот менаџер е одговорен за целосно извршување на деловните активности во претпријатието.

Менаџментот на стратегиско ниво е група на луѓе која е одговорна за формулирање на стратегијата, извршување на стратегијата и оценување и контрола на извршувањето. Тоа се оние

менаџери кои се одговорни за донесување одлуки кои се од посебна важност за претпријатието. Овој менаџмент ги одржува екстерните односи на компанијата со другите фирми, со владини агенции, со асоцијации и со локалната власт. Тие се заинтересирани за долгорочниот успех на претпријатието. Тие ја дефинираат и организациската клима на меѓучовечки односи.

Поконкретно, стратемскиот менаџмент е одговорен за: унапредување на организациската ефективност и ефикасност, долгорочна ориентираност, донесување одлуки кои се однесуваат на целото претпријатие, барање широко познавање на организацијата и слично.

Менаџерите на средно ниво се група луѓе која е одговорна за извршување на следниве задачи: ги решаваат проблемите во профитните центри и одговараат за нив, ги водат вработените и ги поддржуваат креативните и развојните активности (профитабилни програми, промоција на производи и слично), ги едуцираат и обучуваат подредените вработени и менаџери, се усовршуваат со посета на разни курсеви, семинари, симпозиуми, конференции и слично, мотивираат и санкционираат.

Менаџментот на ниско ниво за задача има да ги операционализира одлуките што се донесени од страна на топ менаџментот. Овој менаџмент има задача да обезбеди нормално и непречено извршување на секојдневните активности. Тој е способен за извршување на секојдневните рутински активности, воспоставување непосредни контакти со работниците мотивирајќи ги за извршување на работните задачи. Овде се воспоставува најтесна соработка човек - човек (менаџер - работник). Затоа овие менаџери треба да имаат адекватна способност и вештини за комуникација со луѓето. Овој менаџмент всушност претставува најдиректна врска на врвниот менаџмент со вработените во претпријатието.

1.3. Ефективен и модерен менаџер

Работата на менаџерот е да креира опкружување кое се однесува на остварување на личните цели и целите на претпријатието. Познато е дека менаџерот треба да биде способен да инспирира, мотивира и да ја насочува работата на другите. Тој треба да создава кај нив ентузијазам за остварување на целите на претпријатието, а целите да бидат јасни за подредените. Исто така, успешниот менаџер во туризмот треба да има техничка способност.⁷

Важен концепт за менаџерите е синергијата, бидејќи ја нагласува важноста од заедничката соработка на еден координиран начин.⁸ Следнава листа не е комплетна, но сугерира најсакани квалитети и карактеристики кои треба да ги поседува менаџерот:

1. **Менаџерот треба да биде способен да мисли.** Ова е можеби најтешката задача за најголем број луѓе со која се соочуваат. На најголем дел од луѓето им е лесно да направат, да постапат, да извршат. Луѓето имаат потешкотии јасно да размислуваат. Менаџерот треба да биде способен да размислува.
2. **Менаџерот треба да биде способен да се изрази јасно.** Најдобро сватената идеја е безвредна сè додека таа не биде пренесена. Менаџерската главна физичка постапка е комуницирање.
3. **Менаџерот треба да поседува техничка способност.** Ова не значи дека тој треба да биде техничар. Но, сепак, тој треба да поседува техничка способност потребна во неговото поле за да се оспособи самиот да управува ефективно и ефикасно.
4. **Менаџерот треба да поседува способност да мисли широко.** Тој треба да биде способен да гледа над се, да не ја промаши шумата од дрвјата. Широкото разбирање е потребно, за да може да го види ефектот од секоја предложена акција во целата организација.
5. **Менаџерот треба да биде продавач.** Една сватена и пренесена идеја треба да биде „продадена“. Продавањето на идеи – убедување на другите дека е вредна – е една од главните задачи на менаџерот. Професионалниот план на акција е витален дел од комуникацијата и мотивацијата.
6. **Менаџерот треба да поседува морален интегритет.** Неговите наредени и неговите подредени треба да имаат доверба во него и во неговите акции.
7. **Менаџерот треба да биде емотивно стабилен.** Тој треба да ги чува неговите лични чувства надвор од деловните проблеми.

⁷ Шуклев, Б., (1998), Менаџмент, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ - Скопје, Економски Факултет – Скопје, второ издание, 82.

⁸ Eisenhardt, M. K., Galunic, D. C., (2000), Coevolving – At Last, a Way to Make Synergies Work, Harvard Business Review, January – February, 91 – 103.

8. Менаџерот треба да поседува способност за човечките односи и да проникнува во мотивацијата и однесувањето на човекот. Ова му овозможува на менаџерот да ги води, а не да ги прогонува неговите подредени.
9. Менаџерот треба да поседува организациска способност. Оваа способност треба да се наоѓа на првите места од листата.
10. Менаџерот треба да биде динамичен. Оваа е особина која е карактеристична за менаџерите и е особено потребна во современите турбулентни услови. Оваа особина е сакана за да движи напред, да менува, да создава нови траги, да направи поголеми и подобри работи. Таа не е една очигледна „персонална“ особина. Таа не е висок притисок врз личноста. Всушност, таа не треба да се истакнува на површината, но таа е сакана и обично ги одразува разликите помеѓу пасивниот и динамичниот менаџмент.

Квалификациите на менаџерот се комбинација на лични карактеристики и способности. Општа е согласоста дека одредени особини се заеднички до некој степен за најуспешните менаџери. Еве некои општи индикатори: способност за анализа, допадлив за луѓето, способност да пренесува идеи, да ги охрабрува тие што грешат, способност да организира, способност да подучува други, способност да планира, чувство на лојалност спрема вработените и организацијата, амбиција за остварување, способност да прибира и интерпретира информации, емотивна рамнотежа, запознаен со општествено – економските услови, техничка способност, општествено сознание и разбирање, способност да решава проблеми и донесува одлуки, способност да ги препознае, способност да влијае на други, индивидуалните предности и слабости поединечно и во групи, чувство на одговорност и други карактеристики. Важно е да се одбележи дека најголем број од особините претходно спомнати можат да се научат. Поради тоа, може да се констатира дека менаџерите се создаваат, а не се раѓаат.

Улогата на менаџерот денес е многу поразлична од онаа што била пред 100, 50, дури и за последните 25 години. На почетокот на овој век менаџерот во туризмот и неговата цел била да обезбеди компанијата да создава профит и сосема малку да се грижи за однесувањето со туристите (потрошувачите). Одлуките на менаџментот биле под влијание на мала владина регулатива во доменот на работењето, огромна неорганизирана работна сила. Улогата на менаџерот во педесеттите години е објаснета сликовито.

Слика 1. Улогата на менаџерот пред педесет години

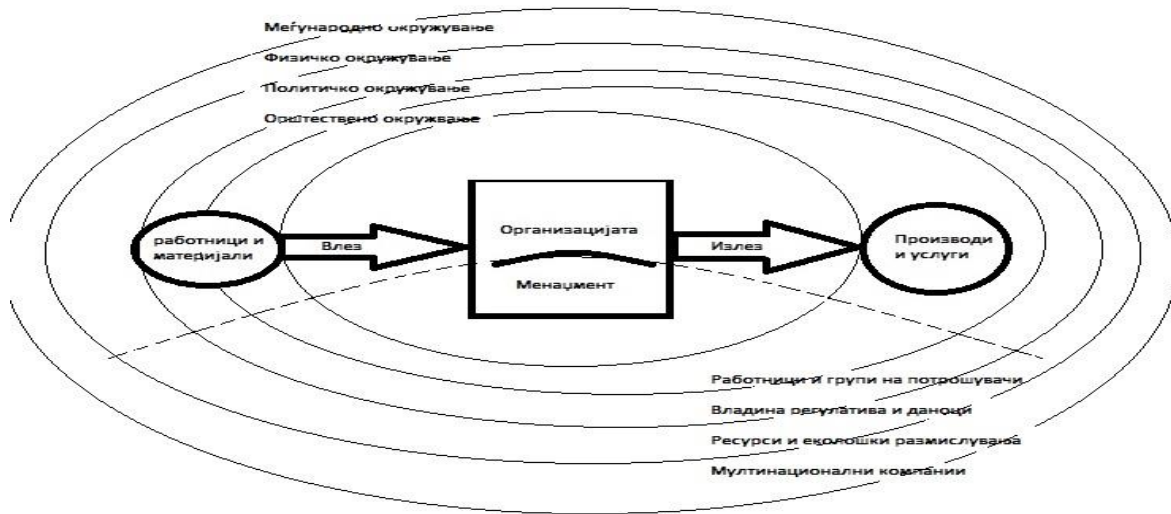
Picture 1. The role of the manager fifty years ago



Извор: Johnson, A. R. Monsen, R. J., Knowless, P. H., Saxberg, D. B., (1976), Management, system and society: An introduction, Goodyear publishing company, Inc., Pacific Palisades, Clifornia, 6.

Менаџерот има пристап кон огромни влезови на работници и материјали и ги продава производите и услугите. Вниманието на менаџерот е директно насочено кон оние фактори во организацијата кои би ги унапредиле квалитетот, ефективноста и ефикасноста во работењето.

Слика 2. Улогата на менаџерот денес
Picture 2. The role of the manager today



Извор: Johnson, A. R. Monsen, R. J., Knowless, P. H., Saxberg, D. B., (1976), Management, system and society: An introduction, Goodyear publishing company, Inc., Pacific Palisades, Clifornia, 6.

Денес постојат бројни ограничувања на одлуките што ги подготвува деловниот менаџмент: „На пример, синдикатот станува силна преговарачка група и создава зголемен притисок врз менаџментот за поголема сатнина, подобри работни услови и подиректна партиципација во стварното одлучување. Дополнително владината регулатива на работењето се зголемува во таа мера што менаџментот треба да најми експерти да ги разберат правилата и прописите поставени од владата. Групите за заштита на окружувањето организирани во обидот да го контролираат стварното или потенцијалното опростување на опкружувањето од индустријата и да охрабри зголемена владина сопственост на националните природни ресурси и клучни организации. Исто така групите на потрошувачи се организираат да го набљудуваат квалитетот и видот на производите. На крајот, гласот на жените кај етничка и расна група во малцинството, која не добивала еднаква можност на работењето во минатото, сега почнува да се слуша. Сите овие фактори ја прават работата на менаџерот во туризмот покомплексна.

Станува јасно дека модерниот менаџер не може повеќе да подготвува одлуки базирани само на ефектите од одлуките на претпријатието. Менаџерот треба сега да размислува за опкружувањето во кое претпријатието од доменот на туризмот работи и да биде подготвен да прифати поширока перспектива.

Така, менаџерот треба да има добро разбирање за принципите на менаџментот, респектирање на тековните и постојните цели на вкупниот економски, политички, општествен, туристички и еколошки систем во кој живееме и треба да поседува способност за анализа на комплексните проблеми. Претходната слика ја илустрира улогата на менаџерот денес и сугерира како сите дополнителни ограничувања и влијанија ја зголемуваат потребата за поголемо знаење, разбирање и експертиза. „Модерниот менаџер треба да поседува способност да делува во сè посложено окружување и да донесува ефекти и одлуки за алокација на ограничените ресурси. Главен дел од работата на ќе биде да предвиди кои се барањата на опкружувањето и какви промени ќе се случат во иднина.

Табела 1. Класичен и модерен менаџер

Table 1. Classic and Modern Manager

Улога на класичниот менаџер	Модерен менаџер	
	Улога	Критични барања
Работи во неутрално политичко окружување Сопственик или претставник на сопственици Главна цел е да го максимизира профитот Работи во едноставна организација Заснована на формален авторитет Изведено од искуство	Работи во окружување во кое доминира владата Професионален менаџер Мноштво од цели Работи во комплексна организација Заснована на раковоство Изведено од школување плус искуство	Способност за разбирање и способност да работи во рамките на комплексно политичко и економско окружување Развивање на менаџерските способности Способност да ги почитува и балансира различните, често конфликтни цели Разбирање на однесувањето на човекот Студии за деловна администрација

Извор: W. J. Byrt, (1968), *The Idea of management*, Sun Book Pty. Ltd., Melbourne, 208.

Според изнесените карактеристики за улогата на класичниот менаџер во минатото и модерниот менаџер денес, во продолжение на дескриптивен начин ќе бидат прикажани нивните разлики.

Моделот на модерен менаџер е претставен како чист или идеален вид. Очигледно, не секој модерен менаџер се приспособува на овој вид. Политичкиот, економскиот, општествениот, туристичкиот и технолошкиот развој и даваат нова форма на улогата на модерниот менаџер. Менаџерските активности модерниот менаџер ги извршува во сложено политичко, економско, општествено, туристичко и технолошко окружување и тие фактори претставуваат значајни ограничувања во планирањето, организирањето, управувањето и раководењето, координирањето и контролирањето. Системскиот приод кон менаџментот сугерира нова улога на менаџерот. Претпријатието како отворен систем не е статично, тоа е перманентно вклучено во процесот на екстерните и интерните промени. Улогата на модерниот менаџер е да развие такво претпријатие кое ќе се бори со промените. За да го реализира тоа, модерниот менаџер треба да поседува и теориско и практично знаење од доменот менаџментот. Всушност, теоријата едноставно претставува концептуална рамка за организирање на знаењето и за обезбедување средство за постапување.⁹

Заклучок

Моќта е феномен за која сите се свесни за нејзиното постоење. Впрочем се работи за одредено влијание на поединци, групи или организации, врз други поединци, групи или организации. Како резултат на перманентното комуницирање станува збор за една состојба во која едните имаат моќ и ја користат, а другите ја немаат па затоа се принудени да се потчинуваат. Моќта е способност да се казнува или наградува. Тоа е исто како на деловен така и на личен план. Така на пример, ако едно лице може друго лице да повреди или да го направи среќно, тоа значи дека има моќ над него. Моќта е способност да се даде или да се задржи потребната соработка. Да се живее во цивилизирано општество и прилично независна средина значи да се потпира на други луѓе. Па според тоа, колку општеството е на повисок степен на цивилизираност, толку побеспопомшно се чувствуваат поединците.

Како што е истакнато претходно, менаџерите поседуваат различни видови на моќ кои им даваат права да одлучуваат за сите проблеми на претпријатието. Но во исто време тие имаат и одговорности спрема некои интересни групи кои се нарекуваат *стејкхолдери*. Всушност станува збор за индивидуи или групи кои што директно или индиректно делуваат на претпријатието или

⁹ Mitchel, T., James, L., (2001), *Building Beter Theory: Time and the Specification of When Things I happen*, *Academy of Management Review*, part 26, no. 4, 530 – 547.

пак се под нивно влијание. Стеикхолдерите на претпријатие можат да се поделат на внатрешни и надворешни. Внатрешни се сите оние групи кои се наоѓаат во претпријатието како што се: вработените и акционерите, а надворешни се: потрошувачите, добавувачите, државните органи, синдикатот, финансиските институции и други. Кон сите нив менаџерите имаат одговорности. Меѓутоа, три групи имаат примарен карактер и кон нив менаџерите имаат специфични одговорности. Тоа се: вработените, сопствениците и потрошувачите.

Станува јасно дека модерниот менаџер не може повеќе да подготвува одлуки базирани само на ефектите од одлуките на претпријатието. Менаџерот треба сега да размислува за опкружувањето во кое претпријатието од доменот на туризмот работи и да биде подготвен да прифати поширока перспектива. Така, менаџерот треба да има добро разбирање за принципите на менаџментот, респектирање на тековните и постојните цели на вкупниот економски, политички, општествен, туристички и еколошки систем во кој живееме и треба да поседува способност за анализа на комплексните проблеми. Претходната слика ја илустрира улогата на менаџерот денес и сугерира како сите дополнителни ограничувања и влијанија ја зголемуваат потребата за поголемо знаење, разбирање и експертиза. „Модерниот менаџер треба да поседува способност да делува во сè посложено опкружување и да донесува ефекти и одлуки за алокација на ограничените ресурси. Главен дел од работата на ќе биде да предвиди кои се барањата на опкружувањето и какви промени ќе се случат во иднина. Моделот на модерен менаџер е претставен како чист или идеален вид. Очигледно, не секој модерен менаџер се приспособува на овој вид. Политичкиот, економскиот, општествениот, туристичкиот и технолошкиот развој и даваат нова форма на улогата на модерниот менаџер. Менаџерските активности модерниот менаџер ги извршува во сложено политичко, економско, општествено, туристичко и технолошко опкружување и тие фактори претставуваат значајни ограничувања во планирањето, организирањето, управувањето и раководењето, координирањето и контролирањето. Системскиот приод кон менаџментот сугерира нова улога на менаџерот. Претпријатието како отворен систем не е статично, тоа е перманентно вклучено во процесот на екстерните и интерните промени. Улогата на модерниот менаџер е да развие такво претпријатие кое ќе се бори со промените. За да го реализира тоа, модерниот менаџер треба да поседува и теориско и практично знаење од доменот менаџментот. Всушност, теоријата едноставно претставува концептуална рамка за организирање на знаењето и за обезбедување средство за постапување.

Литература

- Adizes, I., (1991), *Mastering Change: The power of Mutual Trust and Respect in Personal life, Family Life, Business and Society*, Adizes Institute Publications, Santa Monica, превод според Смилески, Ц., (1994), *Овладување со промените*, Центар за кадровски и информатички услуги „Детра“ – Скопје;
- Eisenhardt, M. K., Galunic, D. C., (2000), *Coevolving – At Last, a Way to Make Synergies Work*, Harvard Business Review, January – February;
- Mitchel, T., James, L., (2001), *Building Better Theory: Time and the Specification of When Things I happen*, Academy of Management Review, part 26, no. 4;
- Мицески, Т., Јаковлев, З., (2012), *Менаџмент во туризмот*, 2^{РИ} Август – Штип, Штип;
- Симонческа, Л., (2008), *Менаџмент*, Универзитет „Св.Климент Охридски“ – Битола, Факултет за туризам и угостителство – Охрид;
- Thomson, R., (1998), *People Management*, IP CLIO, Beograd;
- Шуклев, Б., (1998), *Менаџмент*, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ - Скопје, Економски Факултет – Скопје, второ издание.

УЛОГИТЕ НА МЕНАџЕРИТЕ ЗА ЕФЕКТИВНОСТ И ЕФИКАСНОСТ ВО ДЕЛОВНИТЕ АКТИВНОСТИ

Златко Јаковлев¹⁰, Владимир Китанов¹¹

¹ Факултет за туризам и бизнис логистика – Гевгелија, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип
zlatko.jakovlev@ugd.edu.mk

² Факултет за туризам и бизнис логистика – Гевгелија, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип
vladimir.kitanov@ugd.edu.mk

Апстракт. Менаџментот означува активност на креирање опкружување во кое луѓето треба да ги остварат целите на најефективен и најефикасен начин. Тоа опкружување вклучува човечки, материјални и финансиски ресурси со интенција да се остварат формулираните цели. Менаџментот е работа која може да е извршувана од повеќе луѓе, но пред се од професионални менаџери. Задачите кои се извршуваат од страна на менаџерите се диферентни, динамични и комплексни, па оттаму и знаењата и способностите со кои тие треба да располагаат се многубројни. Во тој контекст, тие треба да имаат желба за учење, надградување и практична примена во нивните активности. Тоа поконкретно значи дека доколку менаџерот помисли за себе дека доволно научил за својата работа и дека во идното работење ќе може да се потпре на база на дотогашните знаења, ќе направи кардинална грешка.

Клучни зборови: менаџмент, успешност, планирање, организирање, управување и раководење, одлучување

Abstract. Management refers to the activity of creating an environment in which people can achieve goals in the most effective and efficient way. That environment includes human, material, and financial resources with the intention of achieving the stated goals. Management is a job that can be performed by many people, but primarily by professional managers. The tasks performed by managers are different, dynamic, and complex, and hence the knowledge and skills they need to have are numerous. In that context, they should have a willingness to learn, upgrade and practical application in their activities. More specifically, it means that if a manager thinks for himself that he has learned enough about his job and that he can rely on his knowledge in the future, he will make a cardinal mistake.

Key words: management, performance, planning, organizing, governance and management decision-making

Вовед

Работата на менаџерот е мошне специфична и бара перманентно усовршување, односно следење на најновите трендови во доменот на техничко - технолошкиот и економски развој. За успешно имплементирање на современите достигнувања од доменот на техниката, менаџерите треба да се едуцираат преку перманентното образование, со посета на курсеви, семинари, консултирање менаџмент литература, енциклопедии и слично. Исто така, со оглед на тоа што конкуренцијата во меѓународниот пазар постојано се заострува, проблемите кои се наметнуваат добиваат во комплексност, а истовремено и полето на знаење се шири и сето тоа подразбира дека менаџерите во своето работење треба да посветат посебно внимание на планирањето иновации. Впрочем и во денешни услови на работење важи изреката „иновирај или умри“. За успешен бизнис и професионално работење на менаџерите неопходно е нивно правилно оценување и адекватно наградување. Менаџерите треба да прибираат информации, односно да креираат менаџмент информационален систем кој ќе биде во функција на поуспешно и поефикасно делување, а исто така во своите активности тие треба да користат и современи методи на работење.

1.1 Способности кои треба да ги поседува менаџерот

Активноста на менаџерите е комплексна и динамична, па затоа од нив се бара широк дијапазон на знаења, вештини и способности. Одредена група менаџмент теоретичари предлагаат голема листа на потребни менаџмент способности, но сепак базичните способности за реализирање на менаџерската активност можат да се класифицираат во три категории:

- концептиска способност;

¹⁰ проф. д-р Златко Јаковлев, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика - Гевгелија

¹¹ проф. д-р Владимир Китанов, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика - Гевгелија

- човечка способност и
- техничка способност.

Успешноста на менаџерот зависи од неговиот начин на реализирање на активностите, а не од неговите лични особини. Тој истакнува дека менаџерската способност пак за успешно извршување на активностите е резултат на менаџерските вештини што менаџерот ги поседува. Треба да се потенцира дека менаџерот не мора да се роди со такви вештини. Но, треба да се истакне дека менаџерите се соочуваат со многу различни притисоци и предизвици. Многу е лесно еден менаџер да стане пренатрупан со работа што лесно може да се одложи или распредели на другите.¹² Имено, вршени се бројни студии на успешни менаџери и се констатирало дека не можат да се идентификуваат единствени, заеднички особини кои тие ги поседувале, а допринеле да станат врвни менаџери. Врз основа на тоа експертите заклучиле дека успешноста во менаџментот е резултат на диферентните менаџерски стилови. Овие три категории способности кои треба менаџерите од сите нивоа од хиерархиската пирамида да ги поседуваат можат да се научат преку вежби, студии и низ практично работење.¹³ Единствено што е потребно да се поседуваат минимум predispozicii и желба да се научат менаџерските способности. Тоа важи и за секоја работа.¹⁴

Концепциската способност се однесува на онаа способност на менаџерот преку која се согледува вкупната слика на туристичко - угостителското претпријатие како целина и односите помеѓу организационите делови. Оваа способност ги обединува способноста за размислување на менаџерот, процесот на информирање и неговата способност за планирање. Менаџерот во кој поседува ваква способност може во секој момент да претпостави како промените во еден организационен дел ќе делуваат врз останатите делови кои се интегрални сегменти на претпријатието. Тоа поконкретно значи дека менаџерот размислува стратемски т.е. поседува широк и долгорочен поглед. Концепциската способност овозможува брзо и лесно идентификување на причините за одредени проблеми, преземање на благовремени акции за нивно острижување и предвидување на идните проблеми за чие надминување можат да се превземат корективни мерки. Менаџерот кој поседува ваква способност може да донесува значајни деловни одлуки за претпријатието во целост и однапред да го предвиди крајниот резултат на тие одлуки. Концепциската способност е важна за сите нивоа на менаџмент, но посебно е значајна за топ менаџментот. Како илустрација за ваквата способност е Bill Gates, кој е основач и претседател на мултинационалната компанија Microsoft Corporation. Тој го раширил концептот на Microsoft преку делегирање и креирање на мрежа на способни менаџери. Споед зборовите на Scott Oki, еден од неговите топ менаџери: „Секој дел од компанијата сега има потполно самостоен живот, но Bill Gates е лепакот што сите нив ги поврзува.“¹⁵ Искачувајќи се по хиерархиската пирамида, истовремено менаџерите треба да ја развиваат својата концепциска способност или во спротивно ќе имаат многу лимитирани можности за деловен прогрес.

Човечка способност е таква способност на менаџерот која му овозможува заедно да работи со други луѓе и во кооперација со други луѓе, а при тоа да работи ефективно и ефикасно како член на менаџерскиот тим. Ваквата способност се манифестира преку начинот на кој менаџерот креира релации со други луѓе, инкорпорирајќи ја способноста за управување и раководење, координирање, помагање и решавање на конфликтни ситуации. На таков начин, менаџерот им овозможува на своите соработници (подредени) позитивно и слободно да се изразуваат и го охрабрува нивното партиципирање во деловните активности. Оваа способност е подеднакво важна за сите хиерархиски нивоа од пирамидата. За да може секој менаџер ефективно и ефикасно да работи со луѓето од неговиот тим, треба да ги почитува, да ги мотивира, интерперсонално да комуницира и да биде кооперативен со нив, но најнапред треба да се познава самиот себеси. Поконкретно кажано, тој треба да биде личност со позитивни карактерни црти, што значи дека треба да има емоционална отпорност, да ги знае сопствените ставови, мотиви и верувања, па на таков начин подобро ќе ги разбере другите луѓе. Таквиот менаџер лесно ќе разбере дека другите членови од неговиот тим не треба секогаш да го делат неговото мислење, бидејќи прогресот е во различните ставови од кои може да се генерираат бројни квалитетни идеи. Човечката способност не се создава преку ноќ, туку постепено се изградува и можат да се издиференцираат неколку составни елементи:

¹² USA Today (2002), I'm Late I'm Late, 26 November, 1B, 2B.

¹³ Цицерон кој бил човек со говорна мана, со упорност и напорно вежбање станал еден од најголемите оратори на сите вемиња.

¹⁴ Секој кој има желба може да ја научи вештината на пилотирање, но не може да управува авион доколку има фобија од летање.

¹⁵ Schlender, B., (1990), How Bill Gates Keeps the Magic Going, Fortune, June 18, 82 - 89.

* Прво, многу е важен ставот на менаџерот кон луѓето од неговиот тим. Менаџерот треба да гледа на своите соработници од тимот како на човечки суштества со сите нивни доблести и мани. Доколку менаџерот на своите соработници гледа како „запчаници во процесот на давање квалитетни услуги“, ќе создаде негативни ефекти. Тоа поконкретно значи дека подредените нема ефективно и ефикасно да работат, ќе се создаде резистентност кон работата или тие ќе ја напуштат работата. Основно правило за успех е да се воспостават непосредни персонални релации со соработниците, да се ословуваат на име, подобро да се запознаат како личности, нивното хоби, фамилии и слично. И соработниците треба менаџерот да го прифатат како човечко суштество со истите потреби, желби, ставови, стравови, надежи како и нивните, слободно да комуницираат со него и да не осеќаат страв од него. Само на таков начин подредените ќе се соживеат со карактерот и темпераментот на менаџерот, ќе го почитуваат неговите барања и инструкции и ќе дадат се од себе за ефективно и ефикасно извршување на деловните задачи. За таквото однесување на подредените неопходно е менаџерот да се постави и како личност, а не исклучиво како шеф.

* Сензитивноста е вториот елемент. Тоа значи дека менаџерот треба да има способност да ги разбере желбите, потребите, вредностите и барањата на секој поединец на тимот.

* Третиот елемент е самосвест и самоконтрола. Имено, менаџерот треба да биде свесен како неговото однесување делува врз неговите соработници и другите луѓе и да има потполна контрола на своето однесување.

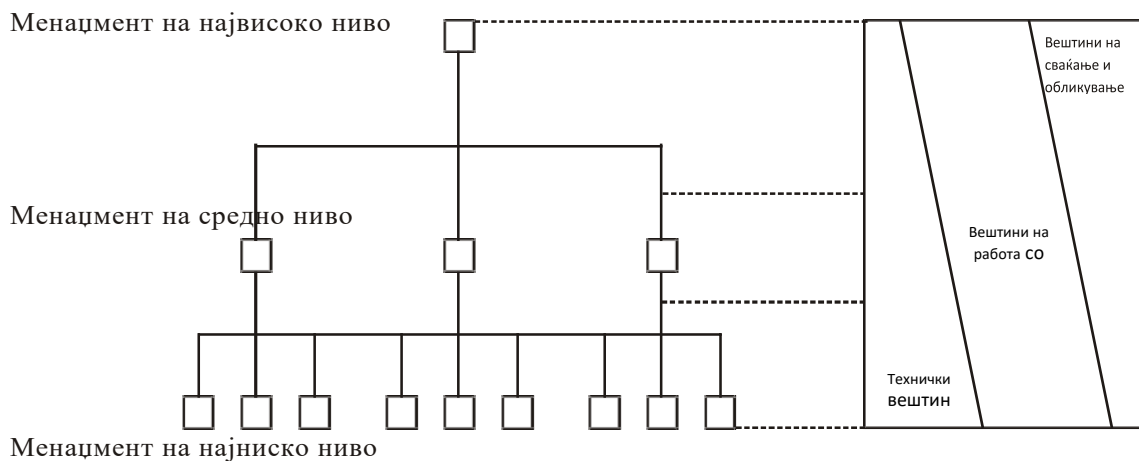
Може да се истакне дека човечката способност се стекнува преку практична работа. Секојдневниот деловен ангажман е перманентен предизвик, затоа што ниту две работни ситуации во кои се инкорпорирани луѓето не се апсолутно идентични. Финалната човечка способност на менаџерот е поврзување на сите членови на тимот и креирање атмосфера во која луѓето се чувствуваат слободно, сигурно и транспарентно во меѓусебните односи и се стремат да го дадат најдоброто од себе.

Техничката способност се состои во познавање на вештините за извршување на диферентните задачи во претпријатието од доменот на туризмот и угостителството. Оваа способност подразбира познавање на методите, техниките и опремата вклучена во специфичните функции на работењето на претпријатието. Во оваа способност исто така се вклучени и специјализирано и аналитичко знаење, правилен избор и употреба на техниките кои се на располагање. Техничката способност се добива преку образованието и практична работа. На таков начин се стекнуваат адекватни знаења за ефективно и ефикасно извршување на деловните активности.

Во денешниве услови со цел да се пратат современите трендови од доменот на менаџментот, неопходно е менаџерите континуирано да се усовршуваат со посетување на специјализирани курсеви, семинари, како и консултирање менаџмент литература. Всушност, станува збор за перманентно образование, кое е неопходно во услови на остра конкуренција на пазарот. Оваа способност е посебно важна на пониските хиерархиски нивоа, но како што менаџерите се искачуваат по хиерархиската скала на менаџментот, техничката способност се повеќе губи од значење, а добиваат човечката и концепциската способност.

Слика 1. Нивоата на менаџментот и потребните способности

Picture 1. Level of management and necessary abilities



1.2. Персонални квалитети на менаџерот

Покрај трите базични способности кои менаџерот треба да ги поседува на сите нивоа од хиерархиската пирамида, постојат и други персонални способности кои треба да ги поседува успешниот и модерниот менаџер. Со цел да менаџира со своите соработници, менаџерот најнапред треба да управува со самиот себе. Поконкретно, тоа значи да ги извршува своите активности најефективно и најефикасно, без оглед на опкружувањето и сплетот на околности со кои ќе се соочи во текот на својата работа, да ги превзема најдобрите мерки и да се презентира на најдобар можен начин во својата околина. Во тој контекст, треба да се истакне дека без оглед на комплексноста на задачите и проблемите со кои ќе се среќава тој треба да има висок степен на емоционална отпорност. Тоа поконкретно значи дека треба да поседува перфектна самодисциплина. Ниеден менаџер не може ефективно и ефикасно да ги насочува своите соработници, доколку најнапред не е во можност правилно да се насочи самиот.

Да се управува со себе си (managing yourself) значи позитивно и креативно да се размислува. Според Според Manz¹⁶ постојат два различни модели на размислување на менаџерите: постојат два различни модели на размислување на менаџерите:

1. размислување низ поволни можности (opportunity thinkers) и
2. размислување низ препреки (obstacle thinkers).

Во првиот случај, менаџерите кога ќе се соочат со одредена конфликтна ситуација се обидуваат по пат на конструктивно и креативно мислење да излезат во пресрет на сплетот на околности.

На вториот начин на размислување низ препреки, менаџерите размислуваат за препреките со кои се соочиле, се насочуваат на ставот дека ситуацијата не може да се реши и се повлекуваат. Од овие два модели на размислување сосема логично е дека успешните менаџери можат да припаѓаат на првиот модел, т.е. тие размислуваат преку поволни можности. Доклоку постојат и одредени грешки, истите не треба да ги обесхрабруваат, туку спротивно на тоа треба да се учи од истите. Основната синтагма е дека секој може да погреша, вклучувајќи и менаџерите на највисоко ниво, бидејќи и покрај нивните знаења, умеења и вештини не се совршени личности. Самото чувство на загриженост предизвикува негативни аспекти на организационата клима во работењето. Само со прифаќање на реалната состојба, настојувањето и самовербата допринесуваат за креирање на позитивна деловна атмосфера. Соработниците на менаџерот го обсервираат својот претпоставен, повеќе отколку тој може да претпостави и тој треба да биде свесен за тој факт. Сите вработени посакуваат раположен и смирен менаџер. Тоа се однесува и на целокупниот менаџмент.

Менаџерот треба да изгради свој сопствен имиџ (self - image). Тоа поконкретно значи дека тој треба да ги познава неговите јаки и слаби страни, да знае каде се наоѓа и каде сака да се движи. Исто така, посебно важно е самопочитувањето (self - respect) на менаџерот. Всушност, самопочитувањето е индивидуален суд на вреднување. За да се има самопочит тоа значи да се има позитивно размислување за себе. Да се биде успешен менаџер треба да има висок степен на самопочитување, бидејќи во спротивно тој би бил инфериорен, со голема доза на несигурност во реализирање на неговите идеи, одлуки и проекти. Самопочитувањето креира позитивна внатрешна енергија и менаџерите со висок степен на самопочитување во секој момент знаат што сакаат. Почитувајќи ги своите вредности, менаџерите ги почитуваат и вредностите и мислењата на нивните соработници, иако не мора да се совпаѓаат со нивните ставови. Менаџерот верувајќи во сопствените способности за реализирање на целите на најефективен и најефикасен начин, тој треба да верува дека и неговите соработници успешно ќе ги извршуваат своите деловни задачи кога ќе им се обезбедат адекватни услови за работа.

Флексибилноста и креативноста се друг пар персонални квалитети на менаџерот. Под флексибилност се подразбира способност ефективно да се одговори на константните промени и проблемите кои произлегуваат од нив. Додека способноста за креативно размислување е креативноста, бидејќи за решавање на било кој проблем не постојат готови одговори.

Со оглед на тоа што работата на менаџерот е доста комплексна и динамична, бара високо ниво на енергија и способност да работи под силна пресија. Сето тоа бара личност со голем број персонални квалитети. Во менаџмент литературата постои доста голема листа на неопходни персонални квалитети. Така покрај споменатите според Wehrich и Koontz¹⁷ потребни способности на менаџерите се следниве:

¹⁶ Manz, C., (1992), *Mastering Self -Leadership*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice - Hall.

¹⁷ Koontz, H., Wehrich, H., (1994), *Management*, Copyright McGraw - Hill, Inc. 24.

1. аналитичка способност и способност за решавање на задачи - всушност тоа значи способност на менаџерот да користи научни и логични техники на дефинирање и анализирање на проблемите, изнаоѓање на алтернативни решенија и селектирање на најповолно решение;

2. комуникациски способности - кои менаџерот неопходно треба да ги поседува. Менаџерот перманентно се наоѓа во процес на деловно комуницирање со своите соработници, со надредените, со сопствениците на компанијата, со надворешното опкружување и така натаму. Во такви односи од исклучителна важност се неговите комуникациски способности, т.е. во колкава мера може да дави и да прима информации. Истражувањата покажале дека менаџерите околу 75% од нивното време го трошат во комуницирање со други луѓе. Комуникациските способности не мора да бидат вродени, туку може дополнително да се научат и усвојат;

3. желба за управување - да се биде успешен и модерен менаџер треба да се има желба за тоа, т.е. треба да се посвети многу време, напор, труд и одговорност за возврат на власт, моќ и висока плата. Најсилниот мотивирачки фактор е желбата, кој ги надминува сите бариери во остварување на целите на туристичко - угостителска корпорација на најефективен и најефикасен начин. Менаџерот треба да биде сигурен дека сака да управува, да ги прифати сите предности, но и сите негативности на тој ангажман;

4. интегритет и чесност – менаџерот треба да е пример за другите вработени. Тоа значи да поседува позитивни карактерни црти. Пред се, тоа се однесува на интегритетот на неговата личност, стабилност, свесност, искреност и чесност кон сите во претпријатието и надвор од него;

5. поранешно искуство - тоа е многу важно при нивно назначување на повисоко ниво во хиерахиската пирамида во корпорацијата. Мерњето на резултатите од претходното менаџерско искуство е од пресудно влијание и при тестирањето за прием на менаџери во било која фирма. Единствено при поставување на менаџери на најниско ниво, нема потреба од нивно претходно искуство како менаџери, бидејќи тие за прв пат добиваат таква функција. Најчесто се регрутираат од неменаџерскиот кадар на самото претпријатие, имаат високо ниво на технички способности, покажуваат исклучителни резултати и ги поседуваат сите останати карактеристики за трансфер од неменаџери во менаџери.

1.3. Улоги на современиот менаџер

За да се биде ефективен и ефикасен менаџер треба да се извршуваат сите менаџерски функции на сите менаџерски нивоа што овозможува остварување на поставените цели. Во функција на остварување на ваквите задачи потребни се технички, човечки и концепциски способности. Но, треба да се истакне дека тешко може да се определи што навистина работи менаџерот сите часови во текот на еден работен ден, сите часови во текот на една седмица, месец или година. Деловната активност на менаџерите е толку комплексна што се правени многубројни студии чија цел е да поконцизно да се определат задачите кои ги извршуваат менаџерите на своето работно место. Најпрецизен одговор на ваквото прашање дава Henry Mintzberg кој ги анализираше активностите на неколку менаџери. Според неговата анализа која ја направил врз основа на пручувањето на работата на пет реномирани менаџери, тој констатирал дека таа се карактеризира со:

- краткост;
- разноврсност;
- дисконтинитет и
- ориентација кон акција.¹⁸

Исто така забележал дека менаџерите преферираат говорна комуникација и вршат многу активности кои го поврзуваат претпријатието со опкружувањето. При тоа се обидел да одговори на прашањето кои активности всушност ги вршат менаџерите кога планираат, организираат, раководат и контролираат. При тоа развил опис на менаџерската работа кој вклучува вршење на десет менаџерски улоги групирани во три базични групи и тоа:

- Информативни улоги (managing by information);
- Интерперсонални улоги (managing through people) и
- Улоги на одлучување (managing action).¹⁹

¹⁸ Mintzberg, H., (1994), The nature of Managerial Work, (New York: Harper & Row, 1973); and Mintzberg, Rounding Out the Manager's Job, Sloan Management Review, 11 – 26.

¹⁹ Mintzberg, H., Ibid, 11 – 26.

Табела 2. Десет менаџерски улоги
 Table 2. Ten roles of managers

Група (Категорија)	Улога	Активности
Информативни Улоги	Улога на наблудувач	Барање и припремање информации, анализирање на извештаи и одржување на лични контакти.
	Улога на пренесувач	Доставување на информации на другите членови на претпријатието, испраќање на извештаи, остварување на телефонски разговори.
	Улога на портпарол	Пренесување на информации надвор од претпријатието преку говори, извештаи, презентации.
Интерперсонални улоги	Фигуративна улога	Извршување на церемонијали и протоколарни здолженија, прием на гости, потпишување на документи.
	Улога на лидер	Насочување и мотивирање на подредените, тренирање, советување и комуницирање со нив.
	Улога на поврзување	Одржување на информационите врски во претпријатието и надвор од него, користење на пошта, телефон, факс, е-меил лични контакти.

Улоги на одлучување	Улога на претприемач	Иницирање на развојни проекти, идентификување на нови идеи, делегирање на одговорност за идеите.
	Улога на разрешување на конфликти	Превземање на корективни активности за време на нарушувања или кризи, решавање на конфликти помеѓу подредените, прилагодување кон кризата во окружувањето.
	Улога на алокатор на ресурси	Определување на распределбата на ресурсите, поставување на приоритети.
	Улога на преговарач	Репрезентирање на својот организационен дел или претпријатието во текот на преговарања и договарања со разни субјекти за: продажбата, односно давање услуги купувањето, буџетот, репрезентирање на интересите на организациониот дел.

Под поимот улога се подразбира збир на очекувања за однесување на менаџерите. При тоа секоја улога претставува збир на активности кои се очекува да ги оствари менаџерот, а со кое остварување ги врши менаџерските функции (планирање, организирање, управување и раководење, координирање и контролирање). Иако е неопходно да се разграничат компонентите на работата на менаџерот и се со цел да се разберат диферентните улоги и активности на менаџерот, од голема важност е да се разбере дека фактичката, реалната работа на менаџерот не може да се состои од неповрзани и независни сегменти, односно дека сите улоги во современиот свет на менаџментот, се остваруваат со меѓусебна повратна спрега.

Информативни улоги. Овие улоги ги содржат активностите кои се остваруваат за зачувување и развој на информационата мрежа. Во состав на оваа група, менаџерот може да врши три вида улоги:

- улога на наблудувач;
- улога на пренесувач и
- улога на портпарол (репрезент на претпријатието).

Улогата на наблудувач (monitor role) значи дека менаџерот треба постојано да биде информиран за сите прашања кои делуваат на неговата работа, а кои се случуваат во компанијата или надвор од неа. Тоа инкорпорира перманентно барање по нови информации од различни извори. Менаџерот тоа го прави по пат на рановидни контактирања и комуницирања а во функција да биде во тек со новите настани и промените кои се случуваат. На таков начин, преку оваа улога менаџерот креира еден “собирен центар” на информации во претпријатието. Каналите преку кои што ги црпи информациите можат да бидат формални и неформални. Формални се каналите во рамките на формалната организациона структура, а такви се комуникациите преку состаноци и добиени извештаи од различни видови. Неформални се сите останати начини на добивање информации преку лични неформални контакти на менаџерот со други лица или преку масовната информативна мрежа.

Улогата на пренесувач менаџерот ја остварува преку соопштување на релевантни информации на други лица кои овие информации ќе ги користат во нивното тековно работење. Преку неа, менаџерот ги пренесува собраните информации на своите подредени како нужни во процесот на одлучување. Покрај информациите, менаџерот на подредените им ги пренесува и своите одлуки, ставови и мислења.

Преку *улогата на портпарол* менаџерот го поврзува претпријатието со надворешните стейкхолдери. Тој им соопштува податоци за компанијата, учествува во работата на органи и тела надвор од претпријатието, ја претставува фирмата пред јавноста преку масовните медиуми, создавајќи слика за претпријатието.

Интерперсоналните улоги произлегуваат од способноста на менаџерите да работаат со другите луѓе и да создаваат клима на соработка и почитување во претпријатието. Тука спаѓаат: фигуративната улога, улогата на лидер и улогата на поврзување.

Фигуративната улога му дава на менаџерот карактер на “глава” на претпријатието, или како што уште се нарекува номинален водач. Преку оваа улога секој менаџер ги обавува церемонијалните и протокуларни задолженија како што се: прием на нови вработени, испраќање во пензија на постојни вработени, честитки по повод празници, јубилеи и слично.

Улогата на лидер му дава на менаџерот моќ позитивно да влијае врз однесувањето на подредените. Тој соработува со нив и ги почитува нивните сугестии и идеи, им помага и ги охрабрува во извршувањето на нивните активности. Менаџерот како лидер ги мотивира вработените за остварување на позитивни резултати преку парични и други форми на награди и стимулации. На мудар начин треба да им укаже на подредените за нивните слабости и пропусти во работата. Едноставно кажано, менаџерот- лидер треба да создаде пријатна и стимулативна атмосфера за работа.

Преку *улогата на поврзување* менаџерот создава комуникациска мрежа на негова соработка со менаџери од други претпријатија, но и со менаџерите и другите вработени во рамките на организацијата. Комуницирајќи со надворешните менаџери, тој го поврзува претпријатието со надворешното опкружување заради различни цели. Контактите вообичаено се вршат преку телефон, пошта, факс, личен контакт, интернет и слично.

Улогите на одлучување се активности кои што менаџерите ги преземаат кога треба да пронајдат решение на некој проблем и да превземат некоја акција. Во нив се вклучени задачите на менаџерите да изготвуваат и донесуваат одлуки за различните аспекти од функционирањето на претпријатието. При тоа менаџерите ги вршат улогите на: претприемач, решавање на проблеми, алокација на ресурсите и преговарач.

Улогата на претприемач значи дека менаџерот треба да создава клима за поттикнување на иновативноста и креативноста на индивидуите во претпријатието. Тоа тој може да го направи доколку и самиот е иновативна личност, почитува и прифаќа нови идеи, се раководи од постојните и предвидените промени во опкружувањето, спремен е да превземе ризик од неуспех на вложените средства.

Преку *улогата на решавање на проблеми* менаџерот донесува одлуки за решавање на сите спорни ситуации создадени во односите со надворешните лица- со потрошувачи, банки, добавувачи, државни органи, синдикат, конкуренција и други. Менаџерот решава по основ на жалби, раскинување на договор, банкротирање, одлив на кадар во конкурентска фирма, отплата на

заеми и друго. Во рамките на оваа улога, менаџерот превзема корективни акции во случај кога претпријатието ќе се сретне со важни, а неочекувани потешкотии.

Во *улогата на алокаатор на ресурси* менаџерот донесува одлуки за распоредување на човечките, материјалните, финансиските, техничките, информационите и другите ресурси според приоритетите како најдобро ќе се постигнат детерминирани цели и ќе се оствари финансиски успех.

Улогата на преговарач означува дека менаџерот преговара со други лица во името на организацијата. Тој може да преговара со поединци или групи во рамките на фирмата, како и со лица надвор од неа, како што се потрошувачи, конкуренти, добавувачи, финансиски институции, ревизори и други. Во преговорите, менаџерот настапува како претставник на претпријатието и ги застапува неговите интереси. Како завршна фаза на преговорите, менаџерот пишува договори во име на компанијата.

Заклучок

Активноста на менаџерите е комплексна и динамична, па затоа од нив се бара широк дијапазон на знаења, вештини и способности. Одредена група менаџмент теоретичари предлагаат голема листа на потребни менаџмент способности, но сепак базичните способности за реализирање на менаџерската активност можат да се класифицираат во три категории:

- концепциска способност;
- човечка способност и
- техничка способност.

Покрај трите базични способности кои менаџерот треба да ги поседува на сите нивоа од хиерархиската пирамида, постојат и други персонални способности кои треба да ги поседува успешниот и модерниот менаџер. Со цел да менаџира со своите соработници, менаџерот најнапред треба да управува со самиот себе. Поконкретно, тоа значи да ги извршува своите активности најефективно и најефикасно, без оглед на опкружувањето и сплетот на околности со кои ќе се соочи во текот на својата работа, да ги превзема најдобрите мерки и да се презентира на најдобар можен начин во својата околина. Во тој контекст, треба да се истакне дека без оглед на комплексноста на задачите и проблемите со кои ќе се среќава тој треба да има висок степен на емоционална отпорност. Тоа поконкретно значи дека треба да поседува перфектна самодисциплина. Ниеден менаџер не може ефективно и ефикасно да ги насочува своите соработници, доколку најнапред не е во можност правилно да се насочи самиот.

За да се биде ефективен и ефикасен менаџер треба да се извршуваат сите менаџмент функции на сите менаџерски нивоа што овозможува остварување на поставените цели. Во функција на остварување на ваквите задачи потребни се технички, човечки и концепциски способности. Но, треба да се истакне дека тешко може да се определи што навистина работи менаџерот сите часови во текот на еден работен ден, сите часови во текот на една седмица, месец или година. Деловната активност на менаџерите е толку комплексна што се правени многубројни студии чија цел е да поконцизно да се определат задачите кои ги извршуваат менаџерите на своето работно место. Најпрецизен одговор на ваквото прашање дава Henry Mintzberg кој ги анализираше активностите на неколку менаџери. Според неговата анализа која ја направил врз основа на пручувањето на работата на пет реномирани менаџери, тој констатирал дека таа се карактеризира со: краткост, разноврсност, дисконтинитет и ориентација кон акција.

Исто така забележал дека менаџерите преферираат говорна комуникација и вршат многу активности кои го поврзуваат претпријатието со опкружувањето. При тоа се обидел да одговори на прашањето кои активности всушност ги вршат менаџерите кога планираат, организираат, раководаат и контролираат. При тоа развил опис на менаџерската работа кој вклучува вршење на десет менаџерски улоги групирани во три базични групи и тоа: информативни улоги (managing by information), интерперсонални улоги (managing through people) и улоги на одлучување (managing action).

Литература

- Koontz, H., Weihrich, H., (1994), Management, Copiright McGraw - Hill, Inc.;
- Manz, C., (1992), Mastering Self -Leadership, Englewood Cliffs, NJ: Prentice - Hall.;
- Mintzberg, H., (1994), The nature of Managerial Work, (New York: Harper & Row, 1973); and Mintzberg, Rounding Out the Manager's Job, Sloan Management Review.;
- Schlender, B., (1990), How Bill Gates Keeps the Magic Going, Fortune, June 18.;
- USA Today (2002), I'm Late I'm Late, 26 November.

ОД ПРЕДИСТОРИСКИ РИТУАЛ ДО КУЛТУРЕН ТУРИЗАМ

Никола В. Димитров¹ и Ангела Димитрова²

¹Проф. д-р. Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип,
nikola.dimitrov@ugd.edu.mk

²М-р. Театар за деца и младинци - Скопје,
dimitrova.angela6@yahoo.com

Апстракт

Првите ритуали на човекот во предисторијата се прапочеток на театар на отворено. Ритуалите, обредите, церемониите, танците се први форми од кои произлегува театарот како културна вредност и главна алка на културниот туризам.

Целта на трудот е преку анализа да се согледа интеграцијата „од предисториски ритуал до театар“, како прво ниво на развој на театарот. Второ ниво на развој и поврзаност е интеграцијата „од театар до театар за туристи“. И на крајот, како трето ниво на развојот и интеграција на театарот е „од театар за туристи до културен туризам“.

Всушност третото најсложено ново на поврзаност го сочинува културниот туризам, во кој се вклучени сите видови културни сфери (*драма, музика, ликовна уметност, спорт, филм, литература, архитектура, дизајн, креативни индустрии, фолклор, традиција, библиотечна и музејска дејност, археологија и др.*) од кои произлегуваат и повеќе алтернативни видови туризам (*т.н. уметнички туризам, креативен туризам, археолошки, музејски и сл.*).

Театарот, туризмот и културата имаат многу сличности како во појавата, развојот, промоцијата, маркетингот, менаџментот итн. Трите работи се успешни бидејќи работаат во живо, преку директна посета, со промоција, со конкретно сценарио, агенда, програма и тоа за определен временски период, во отворен или затворен простор со определен престој, со добро осмислен маркетинг и сл.

Генерално, директната вклученост и поврзаност на културата со туризмот е преликувана во културниот туризам како селективен вид туризам.

Во оваа кратка статија зборуваме само за театарот како една од најстарите уметничка форма која значително партиципира во културниот туризам. За оформување на трудот користиме литература и лична емпирија - искуство од кои ја извлекуваме суштината на трудот.

Клучни зборови: ритуал, театар, перформанси, туристи, туризам, култура

FROM PREHISTORIC RITUAL TO CULTURAL TOURISM

Nikola V. Dimitrov¹ & Angela Dimitrova²

¹Prof. Dr. Faculty of tourism and business logistics, University “Goce Delchev -Shtip, nikola.dimitrov@ugd.edu.mk

²M.Sc. Theater for children and youth - Skopje,
dimitrova.angela6@yahoo.com

Abstract

The first rituals of man in prehistory are the beginnings of an open-air theater. Rituals, rites, ceremonies, dances are the first forms from which theater emerges as a cultural value and the main link of cultural tourism.

The aim of the paper is to analyze the integration “from prehistoric ritual to theater”, as the first level of theater development. The second level of development and connection is the integration “from theater to theater for tourists to cultural tourism”.

And finally, as the third level of the development and integration of the theater is “from theater for tourists to tourists to cultural tourism”.

In fact, the third most complex new form of connection is cultural tourism, which includes all types of cultural spheres (drama, music, fine arts, sports, film, literature, architecture, design, creative industries, folklore, tradition, library and museum activities, archeology etc.) from which arise several alternative types of tourism (the so-called artistic tourism, creative tourism, archeological tourism, museum tourism, etc.).

Theatre, tourism and culture have many similarities as in emergence, development, promotion, marketing, management, etc. The three things are successful because they work live, through a direct visit, with promotion, with a specific scenario, agenda, program and that for a certain period of time, in an open or closed space with a certain stay, with well-thought-out marketing, etc.

In this short article, we only talk about theater as one of the oldest art forms that significantly participates in cultural tourism. To form the paper, we use literature and personal experience - experience form which we extract the essence of the paper.

Key words: ritual, theater, performance, tourists, tourism, culture

Вовед

Темата која ја истражуваме е многу опширна и за истата може да се пишуваат повеќе стручни, научни трудови и тематски книги. Затоа истражуваме само мал дел од интеграцијата на уметноста со туризмот, а тоа е театарот и неговата поврзаност со туризмот, односно културниот туризам. Во прилог на ова ќе изнесеме наша најоптимистичка изјава, дека: „театарот започнува со првите ритуали на працовекоот, и како што се развивал така го освојува културниот простор во туризмот“.

Низ историјата театарот се развивал во сите простори на светот и тоа преку разни драмски форми, стилови, жанрови, системи и правци. Денес, поврзаноста на туризмот со театарот се препознава преку синтагматската врска „добро организиран туризам е театар во живо“.

Според наши паушални пресметки, денес во светот постојат околу 200.000 разни театри (драмски, комедија, трагедија, сатира, детски, младински, танцов, музички, куклен, театар на сенки, мимика, пантомима, алтернативен, авангарден, арт театар, интимен театар, мултимедијален театар итн.). Ако кон ова ги додадеме и повеќе стотици илјади археолошки локалитети уредени за посета, потоа повеќе стотици илјади музеи, оперски куќи, спортски сали, стадиони и сл., тогаш бројот на објекти со културна намена се зголемува на повеќе милиони.

Исто така, според наши претпоставки во светот годишно се изведуваат околу 100 милиони разни изведби (претстави, фестивали, натпревари и сл.).

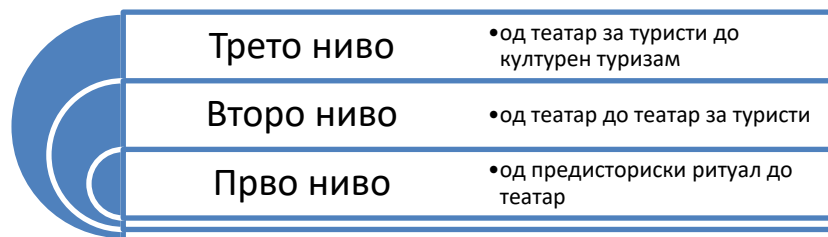
Така, нашите приближно определени пресметки покажуваат дека во текот на годината на сите разни изведби присуствуваат неколку милијарди луѓе од кои околу две милијарди се туристи. Податоците изнесени погоре се главен мотив за истражување на оваа тема.

Материјали и методи

Трудот е конципиран врз основа на користење на стручна литература и лични искуства. Од научно - истражувачки методи користиме повеќе, и тоа: метод на дескрипција, генетичка метода, метод на анализа и синтеза, метод на апстракција со конкретизација и емпирска метода.

Резултати и дискусија

Резултатите од истражувањето со наведениот наслов: „Од ритуал до културен туризам“ го прати развојот на театарот и неговата поврзаност со туризмот. Од истражувањето издвоени се три посебни нивоа на развој и поврзаност, и тоа: прво ниво „од предисториски ритуал до театар“, второ ниво „од театар до театар за туристи“, и трето ниво „од театар за туристи до културен туризам“.



Слика 1: Нивоа на развој и поврзаност на театарот - од предисториски ритуал до културен туризам
Figure 1: Levels of development and connection of theater - from prehistoric ritual to cultural tourism

1. Од предисториски ритуал до театар: прво ниво на развој и поврзаност

Најстара форма на човеково изразување е пештерската уметност од камено време. Пештерската уметност датира од 40000 до 5000 г. пр. н. е. и е регистрирана на сите континенти. На пештерските ѕидови

и тавани прикажани се цртежи на сцени како мажи и жени танцуваат, пештерска слика на ловец облечен како негов плен, потоа пештерска слика на ловци како ловат елени и друг дивеч, пештерска слика на волшебничка преправена во елен, пештерски слики на обреди и ритуални игри - духовни танци итн.

Од овие пештерски слики произлегува дека ритуалот бил еден од камен - темелниците на историјата на театарот. Ритуалот го нагласувал правењето на нештата - повеќе реалните и вистинските отколку чисто метафизичките. Главна улога во ритуалот е заедничката приказна: волшебникот - богот - кралот - херојот кој се бори против непријателска сила (лошо време или природни непогоди, голема смртност и сл.); тој е тешко повреден - понекогаш дури и умира; потоа воскреснува; на овој начин симболично се реконструира митот за создавањето [1].

Врз основа на голем број артефакти се доаѓа до заклучок дека во предисторијата, покрај пештерските цртежи на луѓе и животни се изведувале и разни ритуали, обреди, церемонии, магии, духовни танци во затворен но, и на отворен простор, прво пред малобројна орда, а подоцна и пред повеќе луѓе - членови на племе.

За да се создадат ваквите сценски изразувања, значи уште од најрано време постоеле луѓе со креативна дарба. Да се нацртаат најважните сцени од животот, да се преправи во животно, да се изведуваат разни ритуални игри и да има луѓе кои ќе го гледаат тоа, луѓе кои ќе тагуваат или ќе се радуваат. Значи тоа биле првите уметници, артисти, првите кратки изложби, изведби, првите претстави пред првата публика. Тоа бил првиот театар во затворен и отворен простор.

Факт е, дека, театарот е создаден како изведба на ритуални активности кои не бараат од гледачите да поминуваат низ некакви обреди. Оваа сличност на раниот театар со ритуалите беше побиеана од Аристотел, кој во својата „Поетика“ го дефинираше театарот како различен од изведбата на светите мистерии [2].

Точно е, театарот бил дел од човековиот род практично од моментот кога луѓето почнале да одат исправено. Театарот во живо е една од најпрекрасните активности кои човекот воопшто некогаш ги измислил [1]. Театарската историјата и разновидноста се неверојатни. „Од племенски ритуали до авангардни перформанси; од религиозни фестивали до добро направени драми; од соло - претстави до неколку илјадна актерска екипа,...од лесна разонода до филозофија...театарот го искажал и покажал сето тоа“ [1].

Театарот во Стар Египет имал „пирамидни“ драми, драми на свечености при крунисување, драми на страсти (*битки на копно и на море, убиства, расчерекување, сцени на составување на тело, патување на Нил, страшна сцена на воскреснување и сл.*), драми на Ра - богот на сонцето итн. Често се случувало дејствијата да траат и по неколку дена, и публиката се вклучувала во битките, една половина поддржувајќи го лошиот бог Сет, а другиот навивајќи за Хорус. Актерот/војниците кои го убивале Озирис (кој подоцна станал бог) најверојатно биле жртвувани (со тоа подготвувајќи атмосфера за идниот третман на „статистите“) [1].

Во стариот Египет (4000-500 г. пр.н.е) се споменува првиот актер кој воопшто бил споменат во пишаната историја, а тоа бил некој И-кер-неферт (оттука древната песна на актерите пред претстави: „И-кер-неферт потсети ме на репликите“).

Во старата грчка историја (1200-500 г. пр. н. е.) стои дека класичниот грчки театар бил создаден во V век пр. н. е. Нивниот збор theatron („простор за гледање“) ни го дал името театар. Најголем театар бил во градот Епидеур, потоа Дионисов театар во Атина, Делос, Делфи и други.

Во основа, класичната грчка драма се делела на три форми: трагедија, сатира и комедија. Трагедијата обработувала сериозни теми, преку внатрешни превирања на ликовите на луѓе на високи положби кои се бореле со големите политички прашања што ги наметнува човекот (живот, смрт, боговите, дали небото ќе ни падне врз главата), сатира (половина човек половина животно, обично јарец) се шегувала на дволичноста на човекот, додека комедијата му се смеела на секојдневниот живот преку хумор и ликови на луѓе од пониските класи.

Од тој период потекнува и поимот Оркестра („простор за танцување“). Драмите биле изведувани на пет или шестдневен фестивал наречен „Дионисии“ во чест на богот Дионис. Изведбите на драмите биле групира во тетралогии (три трагедии, една сатирична драма). Заштитнички музи на комедијата и трагедијата биле: Талија на комедијата и Мелпомена на трагедијата. Познато е дела се изработувале два вида маски за комедија и за трагедија. Актерите кои ги изведувале претставите носеле маски во вид на шлем, кој го покривала целото лице и главата, со дупки за очите и мал отвор за устата, како и вметната перика. Маските биле изработени од органски материјали, биле лесни, не се сметале за трајни и на крајот од претставата биле положувани на олтарот на Дионис. Покрај маските, актерите носеле и други костими и детали.

Теспид е прв познат писател на трагедии („татко на трагедијата“) и прв забележан глумец - актер во историјата на театарот. Тој е претставник на класичниот грчки театар, кој во 534 г. пр. н. е. прв пред хорот поставил еден глумец кој со хорот говори и го поттикнува на пеење или со хорот води дијалог.

Тепсид го вовел системот во кој глумецот е протагонист и ја глуми својата улога, значи на себе превзема двојна улога - протагонист и глумец.

Театарот - драмата, во која приказните се раскажуваат со зборови и гестови, постои повеќе илјади години. Можеби потекнува од раскажувањето и танцот, кои биле дел од верските обреди или начини да се пренесе натаму племенската историја. Додека пак, пиесите служеле само за естетски цели.

Драмата во други култури служела за претставување на митовите и приказните со верска содржина, како кај индонезискиот куклен театар вајанг култ, кај средновековните христијански морални пиеси во Европа и јапонските драми Но. Овие театарски форми често се високо стилизирани, со многу ликови и гестови.

Во 776 г. пр. н. е. во Стара Грција, односно во градот Олимпија се одржале првите Олимписки игри. Овие игри, биле церемонија со разни натпревари во спорт во чест на богот Зевс. Се одржувале на секои 4 години и траеле пет дена. Главни спортски дисциплини биле: трки со коњски коли, лесна атлетика (трчање - трки и петобој - фрлање диск, фрлање копје, фрлање ѓуле, лак и стрела, скок во далечина), тешка атлетика (борење, бокс и еден спорт кој бил комбинација од овие два спорта наречен панкратија). На игрите учествувале натпреварувачи од хеленските градови држави но, и од Македонија. Олимпискиот стадион собирал до 50.000 гледачи.

Олимписки игри организирале и Македонците во чест на богот Дионис. Овие игри биле пандан на хеленските. Исто така во Македонија, подоцна се градат старогрчки театри, кои римјаните ги адаптирале на нивниот архитектонски стил. Тоа биле театрите во Лихнидос (Охрид), Скупи (Скопје), Стоби (Градско) и Хераклеја Линкестис (Битола).

Во Стариот Рим (250 г. пр. н.е. - 500 г. н. е) театарот бил со помала вредност. Приоритет се давало на фестивали наречени *ludi* “игри“, кои биле трки со двоколки, гладијаторски борби до смрт со сечење и прободување, борба со животни, борба меѓу животни, ловот или жртвување на христијани со животни и сл. Циркусот и колосеумот биле сцени на кои се одржувале разни „игри“, на кои присуствувале десетици илјади луѓе, почнувајќи од императорот до обичните граѓани и робови. Игрите траеле долго па дури сто и повеќе дена. Локалниот магистрат кој ги организирал игрите најмувал актер - менаџер (римско откритие), кој имал своја сопствена трупа робови и странци како изведувачи за да направи добро шоу.

Првиот постојан театар во Рим бил изграден во 55 г. пр. н. е. Театарот се состоел од три основни дела: сцена, оркестра (резервиран за видни личности) и полукружни скалила (за публиката). Во римскиот период застапени драмски форми биле комедија, мимика и пантомима (гротескно немо шоу изведувано од маскиран танчар/кловн). Придонес за развој на римскиот антички театар дале пасторалните драми: лирски поеми кои ги идеализирале радостите на селскиот и градскиот стил на живот. Генерално, римјаните не ги ценеле многу театарските претстави и често ги напуштале и одеље да гледаат гладијаторски игри, или пак театарската сцена ја доградувале и прилагодувале во гладијаторска арена [1].

Стилизирани театри на гестови, музика и пеење во античкиот период имало и во Кина (уште од 1500 г. пр. н.е.). Во Кина, низ текот на историјата се појавиле повеќе видови театри, и тоа: Шанг театар, Хан и Танг театар, театар на Сунг и Јуан и други.

Подоцна слични театри се појавуваат во Индија (Санскритско, Катхакали), во Јапонија (Но драма, бунраку, кабуки, буто), Филипини, Тајланд, Персија и други азиски држави. Во раното средновековие се јавуваат и други азиски стилови на театар: Караџоз и Хациват - театар на сенки во Турција, Тазија - исламски театар и други.

Историјата на светскиот театар е обемна. Во оваа прилика, само ќе ги наведеме периодите и појавата на разновидните драмски форми, методи, стилови, системи и правци: ренесанса, комедија дел арте, реставрација, класицизам, барок, романтизам, реализам, натурализам, надреализам, панорама, мелодрама, мистицизам, неокласицизам, национализам, симболизам, романса, дадаизам, експресионизам, постмодернизам, трагедии, комедии, сатира, мимика, пантомима, танци, тетралогии, апсурд, агитпроп, биомеханика, конструктивизам, експеримент и други [1; 3; 4].

Во средниот век, во дванаесеттиот век, луѓето на црквната церемонија „Миса“ гледале како драма. Така што, ако во театрите актерите кои презентирале трагедии, пред публиката тоа го правеле со помош на гестови. На истиот начин, во црквата свештеното лице, како трагичен автор, преку авангардна техника, борбата на Исус пред христијанскиот народ ја прикажувал со гестови преку кои верниците ги учи за неговото спасение. На крајот, кога жртвувањето завршува, тогаш свештеното лице им дава мир и заедништво на луѓето за среќни и весели да си одат дома [3].

Сепак, Мисата е еден вид на ритуал во затворен круг кој се состои само од верници и оној што ја води. Додека театарот се состои од поделени гледачи и изведувачи. Изведувачите пред публиката во живо реализираат театарски изведби од говор, реплики, ритуализирани гестови, движења, звуци и сл. Со други зборови, мисата или ритуалот е настан од кој зависат неговите учесници а театарот е настан кој зависи од своите учесници - публиката.

старо египетски артефакти биле однесени во Франција, во Лувр, а подоцна и во Кралскиот Британски музеј во Лондон. Први поголеми музеи отворени за јавноста биле: Британски музеј во Лондон (отворен за јавноста во 1759 година), музеј Лувр во Париз (отворен за јавноста во 1773 година), како и музеите во Виена, Санкт Петербург, Мадрид и други [5].

Значаен елемент во збогатување на содржината на театарскиот израз биле операта, музичките сцени, музички концертни сали, кабаре и сл. Најзначајно кабаре кое нуди музика и танц за забава на возрасни од целиот свет во кое се изведувале виртуозни танци било кабарето Мулен Руж, изградено во 1889 година. Најпознат танц во ова кабаре бил и се уште е Кан-кан. Тоа е танц со енергични движења со подигнување на здолниште и покажување на нозете, а понекогаш и гениталиите, со цел да ги заведе потенцијалните гледачи како муштерии. Честата примена на музиката во театарот, доведе до појава на посебен музички театар и мјузикл, кои биле популарни кај публиката.

Друга културна форма на забава и рекреација бил спортот. Први форми биле лов, трчање, стрелање со лак и стрела и сл. Од средината на XIX век во Западна Европа се изведуваат разни спортски натпревари, турнири, трки, фестивали и слично. Најдобар пример за масовна посета на публика, гости или туристи биле спортските натпревари или игри.

Први меѓународни организирани спортски игри биле Првите модерни Олимписки игри кои се одржале во Атина во 1896 година. На овие игри учествувале 14 држави, 241 натпреварувач и траеле од 6 до 15 април. Покрај домашна публика игрите биле посетени и од странска публика од други држави. Всушност Првите модерни олимписки игри биле прв меѓудржавен масовен настан и бил „прв спортски театар за туристи или прв отворен театар за туристи“.

Од почетокот на XX век па наваму целото човештвото, повеќе или помалку е дел од „театарот за туристи“. Додека пак, од средината на XX век почнуваат да се одржуваат стотици разни фестивали, натпревари, турнири, трки и сите привлекуваат голем број туристи.

Генерално, низ целиот свет има многу примери за трансформацијата на ритуалот во театар и театарот во ритуал, но и примери на театар наменет за туристи. Така, денес театарот за драма, музика, танц, движење, филм, спорт, уметност итн., сè повеќе нуди програма за туристи, односно станува театар за туристи.

Голем дел од туристичките традиционални манифестации се театарско - туристички атракции на перформанси кои носат најразлични автентични и измислени имиња, со цел да привлечат повеќе туристи за забава, пример: „Галички свадбен фестивал - Галичка свадба“, „Сињска алка“, „стомачен танц“, „дервишки танц“, „витешки игри“, „луѓе од кал“, „деца на сонцето“, „корида“, „сиртаки“ итн. Исто така, илјадници театарски фестивали и други настани егзистираат повеќе децении: „Лица без маски“, „Гола Месечина“, „Скупи Фест“, „МЕСС Фестивал“, „Фестивал на античка драма“, „Шекспир фест“, „фестивал на самбата“, фестивал на костими“, „фестивал на Сонцето“, „фестивал фламинго“ итн. Дури и некои театарски форми туристички напреднале декларирајќи се како: „танцувачки театар“, „традиционален театар на етно танци“, „физички театар“, „уличен театар“, „театар на историски настани“ итн.

Многу фестивали траат повеќе денови и имаат разновидна програма: театарски претстави, фолклорни игри, танци и разни други перформанси. Добар пример за тоа се културните лета, пример: „Охридско културно лето“, „Скопско културно лето“, „Дубровничко лето“, „Венецијанско биенале“, „Карневал во Рио де Жанеиро“ итн.

Денес, туристичкиот бизнис влијае врз таканаречените автентични перформанси и истите претрпуваат промени со нов концепт, нова технологија, време на изведба и сл. Туризмот извршил многу влијание врз традиционалните ритуални изведби, кои претрпеле расипување или распаѓање и се разликуваат многу од генерација до генерација.

Низ целиот историски развој на театарот, публиката е таа за која постои театарот. На театарските претстави присуствувала разновидна публика од највисока до најниска социјална класа, сталеж, каста, вера, секта, група, политичка партија. На претставите присуствувале од кралеви, цареви, принцови до селани, работници, службеници и други граѓани. Доаѓала и публика од далечни места и престојувала во градот - населбата, за да ги гледа театарските претстави. Значи, театарот од неговите први денови па наваму до денес, мотивирал и стимулирал движење на луѓето - како гледачи, посетители, гости, туристи со цел да присуствуваат на театарскиот спектакл.

Преформулирано со други зборови, врската на ритуалот, театарот, културата и шоу бизнисот, би изгледало вака: „досега зборувавме за тоа дека: 1) во некои општествени уредувања ритуалните перформанси се дел од еко системот и посредуваат при политичките односи, хиерархијата во самите

групи и економијата; 2) во други уредувања ритуалните перформанси почнуваат да добиваат квалитети на шоу бизнис; 3) постои дијалектичко - дидактички квалитети кој ги поврзува моќта со забавата; 4) во различни култури и во различни времиња доминира или моќта или забавата со што двете се поврзани во една динамична испреплетена врска една со друга“ [3].

Денес, театарот е збир на разни изведби, перформанси (драма, музика, танц, движење, филм, уметност, спорт, култура итн.) наменет за разни целни групи: публика (млада, стара, полова, верска, богати, сиромашни итн.), посетители (редовни, случајни и сл.) и туристи (домашни и странски).

Во сите театарски изведби доминантен елемент е моќта на забава за гости, посетители и туристи. Значи современиот театар, безусловно е наменет за сите заедно - публика, посетители и туристи.

3. Од театар за туристи до културен туризам: трето ниво на развој и поврзаност

Културата ги опфаќа нашите верувања, однесувања, начинот на кој ја обликуваме својата околина и нашиот светоглед. Повеќето делови на културата се пренесуваат понатаму преку семејството или заедницата. Во текот на растењето, луѓето несвесно ги примаат овие знаења; вредностите и обичаите на нивната општествена група им изгледаат нормални, а обичаите на другите групи им изгледаат туѓи или дури заканувачки. Меѓутоа, некои луѓе решаваат да прифатат или отфрлат извесни работи.

Заедничката култура ги зацврстуваа врските во општеството. Од неа поединците ги учат општите правила на однесување, кои самите не би можеле да ги развијат дури ни во текот на целиот животен век [6].

Покрај формалниот начин преку образование, друг начини за запознавање со разните култури во светот е туризмот, во кој главната улога ја има културниот туризам. Преку туризмот може да се осознаат делови на секоја култура. Имено, секоја култура се заснова врз 3 елементи: сфаќања, обичаи и предмети. Културните сфаќања можат да бидат заеднички и лични, обичаите пак практични и осмислени, а предметите можат да бидат практични, симболични и декоративни.

Заедничките сфаќања се темели на една култура. Луѓето полесно се разбираат, ако имаат исти погледи за светот, исти мерила со кои го разликуваат доброто од лошото, па дури и естетски мерила во смисла на заеднички идеал за убавото. Погледите на свет на некоја заедница се изразуваат во нејзините практични или осмислени обичаи.

Со преплетување на овие елементи се развива светогледот и се одредува местото на поединецот во светот. Токму тоа, преку културниот туризам кај поединецот се развива светогледот за одредување на местото во светот.

Културата ја одредуваат и предметите што луѓето ги употребуваат. Многу предмети имаат практична, симболична и обредна вредност. Предмети со практична вредност и намена се: приборот за јадење, друг прибор, алат и опрема за работа, професија и статусна вредност и намена (униформи за работа - бел мантил, работничко одело, училишна униформа, воена, полициска и сл.).

Предмети со симболична вредност и намена: облекување, украсување, декоративен накит (кој покажува богатство, статус или вкус на сопственикот, бунт против или за традициите во општеството и сл.). Додека, предмети со обредна вредност и намена се: разни инструменти (музички и сл.), орудија, носии, оружја и сл.

Сето ова е дел од културата на еден или повеќе народи во одреден географски простори, кој денес маркетиншки се менаџера и претставува добра материјална основа за шоу бизнис во културниот туризам.

Културата може да се прима и пренесува на многу начини. Голем дел од тоа што го знаење за светот сме го стекнале преку неформален и формален начин, односно сме го научиле на неформален начин во текот на растењето од повозрасните луѓе во нашето семејство од околината или на формален начин преку образованието.

Денес, културата стана стил на живот, но и туризмот стана стил на живот. Споени двата стила на живот го чинат културниот туризам. Реализација на туризам без програма од културен туризам не е туризам. Значи културниот туризам е секојдневие и начин на живеење.

Денес, две милијарди луѓе во текот на годината реализираат некаков вид туристичко патување. Стотици милиони луѓе во текот на годината еден и повеќе дена се надвор од дома, односно реализираат патување, посета и престој во некоја туристичка дестинација (море, езеро, планина, бања, град, село, манастир и сл.) и задолжително или факултативно следат и посетуваат една или повеќе културни изведби, објекти и сл.

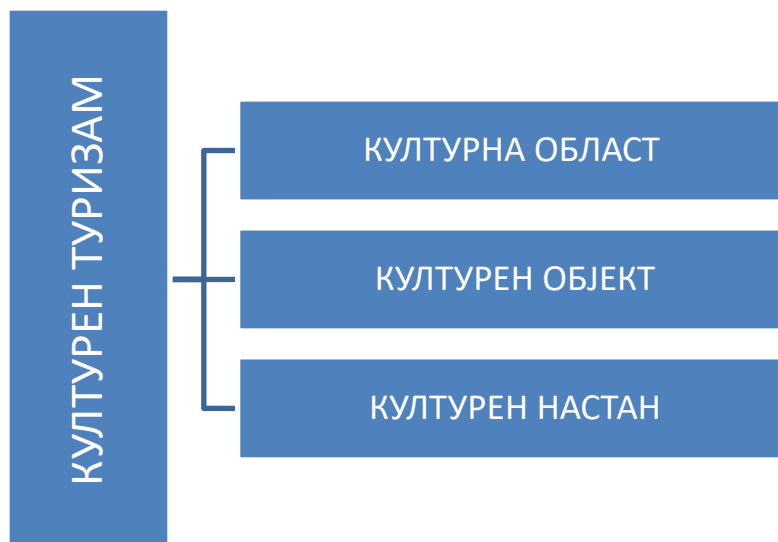
Сите туристичка агенција во своите туристичко програми за патување или одмор има задолжителна програма за културна посета но и факултативни посети водена од страна на стручни лица водичи, кустоси и сл.

Пошироко гледано културата, од тука и културниот туризам во себе вклучува три видови елементи: културна област, културен објект и културен настан. Времето и начинот како тоа ќе се реализира зависи од програмата на организаторот (туристичка агенција, туристички водич, турист поединец и сл.).

Во културна област се вбројуваат: уметноста (*драмска, музичка, ликовна, литературна, филмска, библиотечна, дизајн, фолклор, обичаи, традиции, креативна индустрија, спорт и др.*), археологијата, историјата, архитектурата, етнологијата, религијата и др.

Во културни објекти се вбројуваат: разни локалитети, споменици, музеи, театри, галерии, циркуси, изложбени салони, трговски и други центри, напуштени објекти, спортски и други стадиони и сали, историски, верски и други обележја, архитектонски и градежни градби, патишта, мостови, кули, тврдини, замоци, сообраќајници, разни јавни простори плоштади, паркови итн.

Во културни настани се вбројуваат: разни претстави, манифестации, игри, натпревари, првенства, купови, трки, фестивали, изложби, циркуси, карневали, саеми, форуми, колонии, конгреси, симпозиуми, трибини, конференции итн.



Слика 2: Шематски приказ на културниот туризам по видови на елементи

Figure 2: Schematic representation of cultural tourism by types of elements

Од погоре изнесеното се гледа дека туризмот не евозможен без културата, па затоа во реализација на секој вид туризам е вклучен културниот туризам. Пример: ако туристот се определи да летува или зимува во едно место, покрај бањање, скијање и слично, престојот не може да го замисли без културен настан (претстава, забава сл.) и посета на некој културен објект (споменик, музеј и сл.). Впрочем, секој туристички локалитет или место на туристите им нуди разни содржини на одмор, забава, рекреација, едукација и слично.

Важноста и сложеноста на културниот туризам се гледа и во тоа дека од него произлегуваат повеќе селективни или алтернативни видови културен туризам, како што се: театарски, музички, ликовен, филмски, музејски, спортски, археолошки, верски, креативен, манифестационен туризам и други.

Генерално од туризмот придобивки имаат општеството и поединецот. Станува збор за повеќе разновидни придобивки, од кои најважни се економските и културните. Според тоа, и понатаму стои дилемата: - Каде припаѓа туризмот, во економијата или во културата !?

Економската вредност на туризмот се гледа преку финансиските резултати, а културната е додадена вредност преку која туристите се едуцираат, забавуваат, рекреираат и со себе ги носат впечатоците од престојот. Токму затоа, повеќе од 70% во програмите на туристичките агенции учествува културна понуда на задолжителни и факултативни посети на разни културни објекти и настани. Од тука, цениме дека главна улога во туризмот има културата, односно културниот туризам. Значи, и т.н. „културни туристи“ значително учествуваат во економската добивка од туризмот на секоја држава.

Заклучок

Од претходно изнесено може да го извлечеме следното. Најстара форма на човекова изведба е ритуалот кој во текот на милениумите се надградувал и трансформирал во разни уметнички форми од кои најважен е театарот. Значи почетокот е од предисториски ритуал до театар, како прво ниво на развој и интеграција.

Театарот е најдобрата уметничка форма во која се преплетуваат сите уметнички вредности: глума, движење, мимика, пантомима, музика, ритам, моторика, гестикулација, рецитал, пеење, текст, реплики, говор, реторика, сцена, костим, шминка, сценарио, режија, професионализам итн. Сето ова да биде успешно потребна е континуирана едукација и напорна работа на актерот. Театрите привлекуваат различна публика на посетители и туристи.

Од XX век наваму театарот се прилагодува и на туристичка публика. Денес во светот има илјадници разни театарски фестивали кои привлекуваат милиони туристи. Значи развој на театарот, од театар до театар за туристи, како второ ниво на развој и интеграција.

Во речиси два века од развој на туризмот, најчести мотиви за посета се природните и културните места, појави, процеси и објекти. Културните места и објекти се најпосетени од страна на туристите, па од тука произлезе и посебна форма на туризам а тоа е културниот туризам. Значи развојот на театарот поминал во највисока, трета фаза на развој и интеграција од театар за туристи до културен туризам.

Во културниот туризам, театарот - актерот има главна улога и тоа во сите форми. Актер кој е способен да биде професионалец на сцената и надвор од сцената може да биде во улога на забавувач, раскажувач, водител, говорник итн.

Ако туризмот е дел од секојдневниот живот на луѓето, според тоа истиот мора да понуди нешто ново што ќе ги задоволи желбите на туристите за одмор, рекреација, забава и сл. Во сето тоа, главна улога треба да имаат артистите (актер, музичар, пејач, танчар, пантомимичар, забавувач, водител, раскажувач, говорник итн.). Токму поради тоа, подготовката и реализацијата на туристичката понуда не е едноставна работа. Голем дел од туристичките аранжмани изобилуваат со културна задолжителна и факултативна програма.

Генерално, секоја туристичка дестинација каде доаѓаат туристи сериозно се подготвува да пречека и угости туристи од разни страни на светот. За сето да биде беспрекорно, важна улога имаат лицата задолжени за културната изведба а тоа се „артистите“ (драмски, музички, ликовни, фолклорни, музејски и други лица). Глобално гледано уметноста е важен сегмент во туризам, а во нашиот случај, делумно ја објаснуваме само улогата на театарот во културниот туризам.

Користена и консултирана литература:

1. Греам, Р., (2009) *Театар*, „Табернакул“, Скопје
2. Аристотел, (1990) „*За поетиката*“ (превод од старогрчки Михаил Д. Петрушевски), „Култура“, Скопје
3. Шекнер, Р., (2009) *Теорија на изведбата*, „Нампрес“, Скопје
4. Хардисон, Л. Ф., (2009) *Историја на светскиот театар: од англиската реставрација до денес*, „Табернакул“, Скопје
5. Димитров, В. Н., (2020) *Природно и културно наследство*, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, и Факултет за туризам и бизнис логистика, Штип
6. *Човек - Голема илустрирана енциклопедија* (2007), „Младинска книга“, Скопје

ЕВАЛУАЦИЈА НА МЕТОДИТЕ ЗА УПРАВУВАЊЕ СО РИЗИЦИ ВО БАНКАРСКАТА ИНДУСТРИЈА

Ангела Костадиноска,

Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип,
angela.kostadinowska@ugd.edu.mk

Апстракт

Ризиците постојат, влијаат на различни области од животот и работата на животната средина и затоа мора да се решат за подобра заштита и намалување на негативните влијанија од нивна страна. Имајќи предвид справување со некои од горенаведените проблеми, следните прашања се дискутирани и процесот на управување со ризик. Управувањето со ризикот е управување со несигурностите кои би можеле да ја загорзат поставената цел. Доколку не се контролира ризикот би дошло до неисполнување на поставената цел, како на пример, лош квалитет, дополнителни трошоци и слични негативни резултати. Концептот на управување со ризик најдобро може да се разбере со истакнување на основните чекори во овој процес, а тоа се: идентификување и идентификување на ризиците, мерење на последиците од управувањето со ризици, препораки за справување со ризиците и следење на резултатите од активностите. Трудот се занимава со дефинирање на ризикот во банките, управувањето со ризици и евалуацијата на методите за управување со ризици.

Клучни зборови: Базелски стандарди, Кредитен ризик, Финансиски инструменти, Ревизија на ризици, Профитабилност и ризик, Евалуација на ефикасност.

EVALUATION OF RISK MANAGEMENT METHODS

Angela Kostadinoska,

Faculty of Tourism and Business Logistics, University „Goce Delchev“, Shtip,
angela.kostadinoska@ugd.edu.mk

Abstract

Risks exist, affect different areas of life and work in the environment and therefore must be addressed for better protection and reduction of their negative impacts. Considering dealing with some of the above problems, the following issues are discussed and the process of risk management. Risk management is the management of uncertainties that could threaten a set goal. If the risk is not controlled, the goal would not be met, such as poor quality, additional costs and similar negative results. The concept of risk management can best be understood by highlighting the basic steps in this process, namely: identifying and identifying risks, measuring the consequences of risk management, recommendations for dealing with risks and monitoring the results of activities. The paper deals with the definition of risk in banks, risk management and the evaluation of risk management methods.

Keywords: Basel standards, Credit risk, Financial instruments, Risk audit, Profitability and risk, Efficiency evaluation.

Вовед

Во современи деловни услови, банкарскиот сектор е многу важен фактор во развојот на финансискиот пазар и севкупниот економски и економски напредок на земјата. Ако претпоставиме дека клучната заложба на секоја банка е да ја зголеми конкурентноста на банкарските производи и услуги, да го зголеми уделот на пазарот и да оствари профит, се поставува прашањето кои методи можеме да ги користиме за да ги постигнеме овие често спротивставени цели на најефикасен можен начин. Со веќе традиционалниот пристап кон зголемување на портфолиото, а со тоа и вкупните средства, основен услов за зајакнување на позицијата на пазарот е правилно управување со сите ризици со кои се соочува во своето работење. Овој вовед го обележува значењето на евалуацијата на методите за управување со ризици. Преку процесот на евалуација, финансиските институции ја прегледуваат ефикасноста на нивните методи за управување со ризици и ги препознаваат нивните силни и слаби страни. Ова им овозможува да ги приспособат своите стратегии и да имплементираат подобрувања во нивните процеси на управување со ризици. Во текот на овој истражувачки процес, институциите анализираат различни аспекти на методите за управување со ризици, вклучувајќи ја нивната релевантност, комплексност и способноста да ги идентификуваат, анализираат и управуваат со различните видови на ризици. Целта на овој истражувачки труд е да се разгледа ефикасноста на различните методи за управување со ризици и да се идентификуваат најдобрите практики за нивна примена. Преку оваа евалуација, ќе може да се пронајдат начини за подобрување на постоечките стратегии и да се идентификуваат нови можности за управување со ризици, што во крајна линија ќе допринесе кон подобрување на перформансите на банките.

Теоретски основи за управување со ризици во банкарската индустрија

Со динамиката на опкружувањето, банкарската индустрија се соочува со различни видови на ризици како што се кредитниот ризик, ликвидносниот ризик, девизниот ризик, пазарниот ризик и ризикот од каматни стапки кои се со поголема веројатност да бидат загрозени за нивниот опстанок и успех. Како појаснување и воведно согледување на овој труд, наједноставно и општо прифатениот теоретичар Aven T²⁰ во неговиот научен труд го потврдува мислењето и на соработниците дека во секој бизнис има ризик, покрај фактот дека управувањето со ризици во банкарството не е нова активност, значајните инциденти се случуваат за време на периодот на финансиска криза и ни покажуваат дека треба да се даде поголем акцент на управувањето со големите ризици каде што усвојувањето на профилот на балансиран ризик е важно во стремежот за континуирано подобрување.

Според F. Khan et al.(2015) евалуацијата на методите за управувањето со ризик и безбедноста ги комбинираат напорите за намалување на ризикот преку проценка на ризикот, проценка на ризик и подобрување на донесувањето одлуки и планирање кое е базирано на ризик. За Buttimer et al. (2008)

²⁰ Aven, T. (2016). Risk assessment and risk management: Review of recent advances on their foundation. European Journal of Operational Research, 253(1), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2015.12.023>

управување со ризик е процес што го спроведуваат банките за да управуваат со својот капитал и финансиски загуби. Понатаму, во речникот, управувањето со деловниот финансиски ризик може да се опише како евалуација и предвидување на финансискиот ризик во врска со процедурите каде што ќе се користи идентификацијата за да се избегне или минимизира ризикот.

Во финансиите, управувањето со ризик може да се објасни како предвидување на ризикот, практика на нивно идентификување, замислување и анализа и потоа преземање одбранбен чекор за да се спречи ризикот, а тоа се постигнува со примена на методи за управување со ризикот како и нивна евалуација. Практиките за управување со ризик имаат позитивна корелација со финансиското работење на банките во Република Северна Македонија. Khalil, S., и Ali, L (2015), анализата на ризикот и проценката на ризикот значително влијаат на практиките за управување со ризик, додека следењето на ризикот и идентификацијата на ризикот немаат ефект врз практиките за управување со ризик.²¹

Методологија за управување со ризик

Управувањето со ризикот е суштински процес кој вклучува тековно идентификување, проценка и ублажување на ризиците за одржување на прифатливо ниво. Тоа е широк поим кој ја опфаќа проценката на ризикот како една од неговите компоненти. Управувањето со ризикот вклучува развој, имплементација и следење на стратегии за ублажување или пренесување на ризиците на прифатливо ниво. Експертите за ризик постапуваат различно врз основа на нивните активности. Во банкарството, во зависност од тоа дали банките користат децентрализирано или централизирано управување со ризикот, нивните функции за мерење на ризикот може да се разликуваат.²² Овој труд го дефинира управувањето со ризикот како координиран напор за следење и регулирање на односот со ризиците. Во оваа смисла, ризикот се дефинира како резултат на несигурност во однос на целите, што може да има позитивни или негативни последици и може да се манифестира како можности или закани. Целите може да се разликуваат во нивниот вид и категорија, а управувањето со ризикот може да се спроведува на различни нивоа. Управувањето со ризикот треба да биде интегриран процес во целокупното управување на институциите, а не посебна или изолирана активност. Оваа интеграција гарантира дека управувањето со ризикот станува стандардна практика и се спроведува доследно и ефективно. Методите за управување со ризик се разликуваат по нивната форма и структура, иако повеќето методи се придржуваат до систематски пристап кој вклучува политики, процедури и практики за активности за комуникација и консултации. Овој пристап, исто така, повлекува процес на проценка на ризикот кој се состои од подготовка, евалуација на факторите на ризик, проценка или утврдување на ризикот и контрола или третман на ризикот. Управувањето со ризикот вклучува разбирање на карактеристиките на ризикот, вклучително и идентификување кога е прифатливо да се преземе тој ризик. Оваа постапка вклучува евалуација на повеќе елементи, како што се шансата, потенцијалните извори на ризик, резултатите, веројатноста, околностите, сценаријата и ефикасноста на превентивните мерки. Главната цел на спроведувањето на управувањето со ризикот е да помогне во донесувањето одлуки. Ова подразбира евалуација на изборите во однос на однапред одредени стандарди за ризик за да се утврди дали се неопходни дополнителни мерки. Можни дејства би можеле да бидат преземање никакво дејство, разгледување на опции за справување со ризикот, спроведување дополнителна анализа, одржување на постојните заштитни мерки или преоценување на утврдените цели. Исто така, од клучно значење е да се документираат, споделат и да се потврдат резултатите од проценката на ризикот за да се гарантира дека се преземаат добро информирани избори и дека ризиците се ефективно контролирани. Кога се решава ризикот, се користи процес на избор и извршување решенија, кој вклучува повеќе циклуси кои мора да вклучуваат формулирање и избор на опции, планирање и спроведување на активности, проценка на нивната ефикасност, утврдување на прифатливоста на ризикот и, доколку не се прифати, преземање дополнителни третмани.

Евалуација на ризикот и управување во банката (bank management)

Актуелноста на мерењето на ризикот во банките според теоретичарите во овој научен труд предлага поголема контрола како разумно и професионално управување. Управувањето со ризик во банкарството резултира со зголемен акцент на внатрешната контрола, како и создавање на нови категории на ризик и нови менаџерски задачи. Со ваквиот забрзан развој, се зголемени барањата кои се поврзани со

²¹ Khalil, S., & Ali, L. (2015). Risk management practices in the conventional banks working in Peshawar. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 5(2), 53- 58. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v5-i2/1562>

²² Wahlström G (2009) Risk management versus operational action: Basel II in a Swedish context. *Management Accounting Research* 20: 53-68.

одлучувањето и контролата и се создава нови професии со кое што се менува работата на останатите. Овие нови политики и рутини за управување со ризик значат дека мерењето на ризикот денес е многу пораспространето отколку во изминатите години. Power²³ тврди дека со развојот на технологијата и општеството воопшто, организациското управување е под силно влијание на грижата за ризикот, не е само во делот на технички развој. Тој тврди дека овој развој може да го дефинира доброто управување во сите фази од организацискиот живот. Мерењето на ризикот тогаш може да го замени вредното, но ранливо професионално расудување. Таквиот развој може да влијае и на посветеноста на вработените. Со помала посветеност, квалитетот и квантитетот на нивната работа може да се намалат како што се намалува нивната одговорност. Институционализацијата на мерењето на ризикот тогаш може да ја загрози одговорноста на поединецот на вработените, а да се зголеми степенот на ризик. Во својот акцент на мерењето на ризикот, Базел II има намера банкарските регулатори да го прошират мерењето на ризикот од специфичен инструмент на управување на целото образложение за управување. Според Power, сепак, сè уште знаеме многу малку за оваа промена. Постојат мал број на студии кои го истражуваат мерењето на ризик, особено во случаи на финансиска криза. Амбицијата да се измери сè е тесно поврзана со амбицијата да се управува со ризикот од сè. Оваа амбиција што се однесува на управувањето со ризик ги одразува напорите на секторот за управување со ризик да го намали ризикот. Резултатот е потенцијално катастрофален за општеството бидејќи расудувањето на менаџментот се намалува. Управувањето со ризикот од сè, исто така, претставува голем ризик за општеството бидејќи најтните и непредвидливи проблеми не можат да се решат без да се распредели знаењето и проценката на експертите. Во такви случаи, менаџерите мора да преземат централна улога. Имплементацијата на Базел II ја зголеми улогата на внатрешната контрола во банките. Регулативата се смета за поефикасна и поприфатлива доколку се имплементира во приватни контролни системи. Идејата е дека регулаторните организации можат да бидат ослободени од деталното креирање правила и наместо тоа да можат да се фокусираат на дизајнот и функцијата на локалните системи. Мерењето на ризикот потребно е да биде предмет на ревизија и управување. Како резултат на тоа, дојде до промена на супервизорската улога во банките бидејќи се потенцираат внатрешните услови и организациската доверливост. Таквата промена го поттикнува дизајнот на управување со ризикот на сè. Поентата е дека Базел II работеше преку внатрешни контроли за да ја поттикне усогласеноста со регулативата за мерење на ризик.

Модел на евалуација на ризикот кој е имплементиран во македонскиот банкарски систем

Интегрираното финансиско управување и управувањето со ризик создаваат услови за развој на технолошката основа на новиот процес на цени: профитабилноста се пресметува земајќи ги предвид кредитните, пазарните и оперативните ризици. Во овој труд кредитниот ризик се дефинираше како можност за неисполнување на обврските од страна на заемопримачот или другата страна на обврските според нивните услови²⁴. За да може да се направи проценка, банката има силна база на клиенти. Тука се користи моделот на однесување кои ја проценуваат веројатноста за неисполнување на обврските на клиентот, врз основа на неговата кредитна историја и моделите на бодување според апликацијата (демографски информации за клиентот, информации за неговото работно место, параметри на заемот итн.). Статистичките методи и техниките за ископување податоци се користат за развој на модели на бодување, вклучувајќи логистичка и линеарна регресија, стебла на одлуки. Комплетот модели на бодување според апликацијата, кредитните бироа и информациите (добиеани од системите за спречување на измами) може да определи кои сегменти на клиенти може да се одобруваат автоматски и кои имаат потреба од дополнителна проверка од страна на кредитните аналитичари. Информациите за најприменуваните модели за проценка на кредитните ризици се систематизирани во Графички приказ 1. Овој графички приказ вклучува неколку примери на најчесто користени методи и модели за кредитен ризик, евалуација и внесување податоци. Тоа се, на пример, моделот Altman Z-Score (Altman, 2008), намалена форма на Moody's KMV и структурни модели на кредитен ризик (Arora, Bohn, Zhu, 2005), моделот на логистичка регресија (Hilbe, 2009), хибридни модели.

²³ Power M (2009) The risk management of nothing. *Accounting, Organizations and Society* 34: 849-855.

²⁴ Basel (2000). Principles for the Management of Credit Risk. Basel Committee on Banking Supervision. Bank for International Settlements. Retrieved from: <http://www.bis.org/publ/bcbs54.pdf>

Input data	Evaluation method	Model type	The resulting parameter
Financial performance data	Data evaluation based on linear model	Analytical description model (Altman Z-Score model)	Creditability index – scoring variable
Data on liquid bonds, trades that taking place in the market	Data evaluation based on linear model	Market liabilities value models	Credit risk level
Data on borrower characteristics and macroeconomic factors	Data evaluation based on the Poisson process with the risk degree λ	Reduced form models	Probability of default (usually binary variable: 1 – default has occurred; 0 – default has not occurred)
Data on firm value at determined time	Data evaluation based on firm equity functions	Hybrid models	Probability of default; causes of default
The outstanding debt in the form of bonds (B) with zero coupon, nominal value (F) and maturity (T)	Debt estimation emitted by a firm. The cost of the firm is subordinated to a standard geometric Brownian motion	Market (structural) model (KMV, CUSP, Credit Grades)	Probability of default, the probability that firm value falls below the nominal value (F) of bonds
Annual financial statement data	Regression coefficient determination	Models based on statement data (KMV Portfolio Manager; logistic regression model)	Expected loss

Графички приказ 1. Модел на евалуација на кредитен ризик, имплементиран во практиката

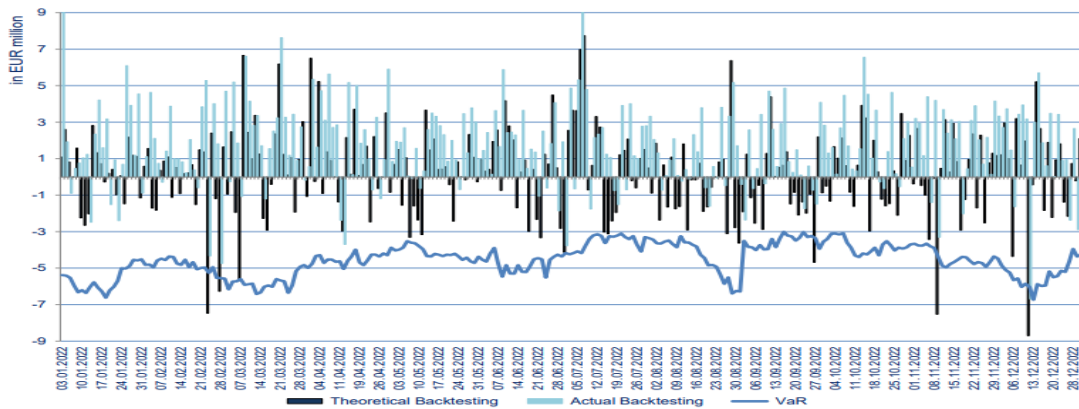
Пазарниот ризик е специфичен дел од финансиските ризици предизвикани од појавата на инвестициски и финансиски активности. Пазарниот ризик е предизвикан од влијанието на пазарот, фактори кои влијаат на вредноста на средствата, обврските и вонбилансните ставки. Постојат различни методологии за проценка на загубите на финансиските инструменти. Најчест е методот за квантифицирање на вредноста на пазарниот ризик на трговските позиции (Value at Risk – VaR). Основата за евалуацијата на VaR е динамиката на ценовните алатки за одреден временски период во минатото. Класичните методи за проценка на нестабилноста, како што се параметарски метод, методот Монте Карло, историска симулација, се користат за проценка на ниво на потенцијален пазарен ризик. На графичкиот приказ ни е прикажана вредноста на пазарниот ризик на трговската позиција на Шпаркасе банка АД Скопје Македонија односно се прикажани максималните, средните и минималните вредности на вредност на ризикот во период на известување, како и вредноста на крајот на периодот предвиден за известување.

		in EUR mn
		a
VaR (10 day 99%)		
1	Maximum value	22.1
2	Average value	15.7
3	Minimum value	11.9
4	Period end	15.6
SVaR (10 day 99%)		
5	Maximum value	51.0
6	Average value	44.3
7	Minimum value	35.6
8	Period end	41.4
IRC (99.9%)		
9	Maximum value	
10	Average value	
11	Minimum value	
12	Period end	
Comprehensive risk measure (99.9%)		
13	Maximum value	
14	Average value	
15	Minimum value	
16	Period end	

Графички приказ 2. IMA вредност на портфолио за тргување (Art. 455 (d) CRR, EU MR3 (EU) 2021/637)

Во контекст на ова исто така ќе го прикажеме резултатот од заднинското тестирање кое се однесува на пазарниот ризик во портфолиото за тргување во извештајната година. Обезбедува споредба од дневните проценки на VaR, како со повторното тестирање од марката до модел, така и со реалните

добивки/загуби на банката. Приспособувањето на вредноста поврзано со бидаск распонот на хартиите од вредност е вклучено во вистинското заднинско тестирање. Сите други резерви и корекции на вреднување не се вклучени во заднинското тестирање.



Графички приказ 3. Споредба на вредноста на ризикот со проценка на добивка/загуба (Art. 455 (g) and EU MR4 (EU) 2021/637)

Тенденцијата за оперативен ризик постојано расте со зголемувањето на бизнисот и банкарството, како и со глобализацијата на банкарските услуги. Оперативниот ризик е ризик од загуба како резултат на несоодветни или неуспешни внатрешни процеси, дејствија на персоналот или системи, или како резултат на надворешни фактори (Базел, 2006). Концептот на оперативен ризик вклучува правен ризик, но го исклучува стратешкиот ризик и ризикот од репутација, содржи листа на можни причини и проблеми (несоодветни деловни процеси, погрешни активности на персоналот, неуспех на информациските системи, кражба, измама итн.).

Input data	Evaluation method	Model type	The resulting parameter
An adequate amount of representative historical data on incidents	Unknown parameters' estimation from a set of observations	Statistical models (actuarial approaches, simulation-based stochastic differential equations)	Operational loss
Data collected from experts	Determination of expert evaluations, ranks	Expert model (Delphi technique, decision trees, impact diagrams)	Operational loss
Statistical data and expert evaluations	Expert evaluations, ranks, unknown parameters and coefficient estimation	Hybrid model (fuzzy logic, system dynamics simulation)	Operational loss

Графички приказ 4. Модел на евалуација на оперативен ризик. Имплементиран во практика

За управување со оперативниот ризик, неопходно е да се разберат неговите извори, причините и влијанието врз активностите на банката. Ова може да се постигне само со креирање на структурирана база на податоци за инциденти во долг период (минимум 3–5 години). Сепак, не е доволно да се собира периодично известување и да се користат организациски методи. Постои потреба од професионално решение кое обезбедува удобен кориснички интерфејс за регистрација на инциденти, деловни процеси поддршка за управување со оперативен ризик, аналитика и оперативни пресметка на нивото на ризик со примена на сложени математички методи и модели.

Резултати

Врз основа на резултатите од графичките прикази и теоретскиот пристап за евалуација на методите за управување со ризици, всушност може да забележиме дека постојат многу дискусии за евалуација на методите за управување со ризик а малку истражувачи се фокусирали на оваа тема. Она што

е заедничко за теоретичарите е мислењето дека финансиските институции можат да ги намалат своите ризици со преземање силна посветеност на одговорноста со примена на методите за управување со ризикот во сите сектори. Дополнително, зголемената желба за проценка на ризиците поврзани со општествените фактори, го охрабрува менаџментот да имплементира поактивни политики и практики за методи за управување со ризикот. Покрај финансиите, постојат неколку други области кои разговараат за управување со ризик, како што се синџирот на снабдување, логистика, високо образование, информатичка технологија, еколошки опасности, ефективни одлуки и тероризам. Користените методи на истражување се квантитативни и квалитативни, како и различни објекти.

Хипотеза на студијата (предмет на истражување)

Финансиските системи на Република Северна Македонија имаат релативно едноставна структура во однос на видот на финансиските институции, финансиските производи и услуги што им се нудат на клиентите и скромните меѓусебни врски и меѓусебни активности. Главната цел на истражувањето во овој труд се темели на анализа на актуелните ризици во банките во Република Северна Македонија, конкретно евалуација на методите за управување на ризиците во банкарскиот систем. Главната цел на студијата е да се пронајдат практиките за управување со ризик на банката со процесот на управување со ризици на банките. Затоа е развиена хипотезата за да се исполни целта на студијата. Постои позитивна врска помеѓу практиките за управување со ризик и разбирањето на ризикот и управување со ризик, идентификација на ризик, проценка и анализа на ризик и следење на ризикот. Примарна цел на овој научен труд е да се пласира индивидуалниот став на авторот поддржано од теоретскиот пристап кој е применет во практиката на финансиските институции.

Заклучок

Евалуацијата на методите за управување со ризици претставува процес за секоја финансиска институција. Преку анализата на ефикасноста на различните методи и стратегии, банкарските институции стапуваат на патот кон подобрување на своите управувачки практики и способноста да одговараат на предизвиците на околината. Во текот на овој истражувачки процес, разгледавме различни методи за управување со ризици, вклучувајќи ги процесите за идентификација, анализа, и евалуација на ризици. Управувањето со ризик е активност која интегрира препознавање на ризикот, проценка на ризикот, развивање стратегии за управување со него и ублажување на ризикот користејќи менаџерски ресурси. Управувањето со финансискиот ризик, од друга страна, се фокусира на ризиците со кои може да се управува со користење на финансиски инструменти со кои се тргува. Примарната цел на ова истражување е да се испита практичноста на методите за управување со ризикот што е основен елемент што го поттикнува финансиското однесување на банката. Врз основа на студијата, можеме да заклучиме дека евалуацијата на методите за управување со ризик е функционална и се применуваат во комерцијалните банки на Република Северна Македонија. Што се однесува до менаџерите потребно е да посветат посебно внимание на управувањето со ризиците како и нивно прецизно евалуирање. Врз основа на ова истражување, со професионалниот пристап на менаџерите како и успешно управување со ризикот може да резултираат со зголемена профитабилноста на деловните банки. Од клучно значење беше да се разбере дека евалуацијата на методите за управување со ризици не е еднократен процес, туку континуиран и динамичен. Банките треба да бидат постојани во своите напори за подобрување, да се адаптираат на промените во околината и да ги имплементираат најдобрите практики во своите стратегии за управување со ризици. Препораките во овој научен труд се темели на дисциплини кои се релевантни за евалуација на методите за управување со ризици, а многу истражувачи и научници се надеваат дека и останатите теоретичари ќе ги земат предвид разновидните ризик фактори, финансискиот сектор и другите финансиски дисциплини во идните истражувања, а менаџментот на финансиските институции т.е цел банкарски сектор ќе се придржува до легислативата, дефинираната рамка и примена во своето работење за успешна евалуација на методите во управувањето со ризикот.

Користена литература

1. Abkowitz, M. D. *Operational Risk Management – A Case Study Approach to Effective Planning and Response*. John Wiley & Sons, Inc. New Jersey, 2008, pp. 19.
2. Andreeva, Tzvetelina. "Risk management in the insurance company." In *Ethics and Sustainability in Accounting and Finance, Volume II*, pp. 131-138. Springer, Singapore, 2021.
3. Banks, Erik. *Alternative risk transfer: integrated risk management through insurance, reinsurance, and the capital markets*. John Wiley & Sons, 2004.
4. Cooper D, Grey S, Raymond G, Walker P. *Project Risk Management Guidelines—Managing Risk in Large Projects and Complex Procurements*. Wiley Publishers, 2005.

5. Consiglio, Andrea, Flavio Cocco, and Stavros A. Zenios. "The value of integrative risk management for insurance products with guarantees." *The Journal of Risk Finance*, 2001.
6. Feng, Runhuan. *An Introduction to Computational Risk Management of Equity-Linked Insurance*. CRC press, 2018.
7. George E. Rejda, *Principles of Risk Management and Insurance*, Addison Wesley, Boston, 2008.
8. Hansson, S. O., & Aven, T. (2014). Is risk analysis scientific? *Risk Analysis*, 34(7), 1173–1183.
9. Horine, G. M. *Absolute Beginner's Guide to Project Management*. Second edition. Que, Indianapolis, 2009, pp. 38.
10. Harrington E. Scott, Niehaus R. Gregory, *Risk management and insurance*, Irwin McGraw Hill, 2004.
11. Meredith, J. R., Mantel, S. J. *Project Management – a managerial approach*. Seventh edition. John Wiley & Sons, Inc., New Jersey, 2009, pp. 102.
12. Marin, Lilian. "Classification of risks in agricultural insurance." *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development* 19, no. 4, 173-178., 2019.
13. Mark S. Dorfman, *Risk Management and Insurance*, Pearson, Prentice Hall, New, jersey, 2007.
14. Odeyinka, Henry A. "An evaluation of the use of insurance in managing construction risks." *Construction Management and Economics* 18, no. 5519-524., 2000.
15. S. Harrington and G. Neihaus, *Risk Management and Insurance*, Mc Grow Hill, International Edition, 2003.
16. T. Gustavson, *Risk Management and Insurance*, , South- Western College Publication, International Thompson Publishing, USA, 2002.
17. *Understanding Risk Analysis (1998), A Short Guide for Health, Safety and Environmental Policy Making*, Produced by American Chemical Society, Internet Edition. pp.1-39.
18. Јоноска, Л., Осигурувањето на ризиците - дел од современиот модел на управување со ризици во компаниите, Правико, Скопје, 2015, стр.1.
19. Новачевски Д., (1987), Основните теории за системите на информации, Скопје, Наша книга.
20. Поповска З., (2006), Управување со системите, Економски факултет, Скопје.

ДРЖАВНИ ПОЛИТИКИ И МЕРКИ ЗА РАЗВОЈ НА ПРЕТПРИЕМНИШТВО

Марија Магдинчева-Шопова¹, Анета Стојановска-Стефанова², Светлана Јовевска³

¹Редовен професор, Универзитет Гоце Делчев-Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика, marija.magdinceva@ugd.edu.mk

²Вонреден професор, Универзитет Гоце Делчев-Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика, aneta.stojanovska@ugd.edu.mk

³Редовен професор, Универзитет Гоце Делчев-Штип, Факултет за медицински науки, svetlana.jovevska@ugd.edu.mk

Анстракт

Државните политики и мерки имаат клучна улога во поттикнувањето и развојот на претприемништвото. Влијанието и ефектите се рефлектираат директно преку зголемување на бројот на претприменички претпријатија и развој на постоечките како и индиректно преку активности за креирање на поттикнувачка бизнис-клима и поддршка на претприемачите. Индиректното влијание за развој на претприемништвото претставува симбиоза од повеќе фактори кои придонесуваат за промовирање на претпримеништвото и претприемачите.

Генерално, државните политики и мерки се креираат со цел да го олеснат процесот на започнување и развојот на бизнисите преку зголемување на економската активност и отворање нови работни места. Сетот државни мерки кои се состои од финансиско поттикнување, даночни олеснувања, инфраструктурни инвестиции и реформи во регулативата придонесува за забрзан економски развој и зголемување на конкурентност на претпријатијата.

Во рамките на овој труд ќе биде даден приказ на најзначајните политики и државни мерки за развој на претприемништвото. Моќностите за развој на претприемништво се јавуваат како резултат на одредените промени во глобалното окружување кои се случуваат под влијание на брзиот технолошки развој и изразена дигитализација во сите сегменти на работа. Во рамки на трудот ќе биде спроведена анализа на основните политики и мерки за постигнување развој на претприемништвото. Во завршниот дел од трудот ќе бидат дадени заклучни согледувања и препораки за подобрување на состојбата.

Клучни зборови: државни политики, државни мерки, фактори, претприемништво, претприемачи

STATE POLICIES AND MEASURES FOR DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP

¹Marija Magdinceva-Shopova; ²Aneta Stojanovska-Stefanova, ³Svetlana Jovevska

¹ Marija Magdinceva-Sopova, PhD, Full Professor, Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University - Stip, e-mail: marija.magdinceva@ugd.edu.mk

² Aneta Stojanovska-Stefanova, PhD, Associate Professor, Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University - Stip, e-mail: aneta.stojanovska@ugd.edu.mk,

³ Svetlana Jovevska, PhD, Full Professor, Faculty of Medical Sciences, Goce Delcev University - Stip, e-mail: svetlana.jovevska@ugd.edu.mk

Abstract

State policies and measures have a basic role in encouraging and developing entrepreneurship. The impact and effects are reflected directly through an increase in the number of entrepreneurial enterprises and the development of existing businesses, as well as indirectly through activities to create an encouraging business environment and support entrepreneurs. The indirect impact on the development of entrepreneurship represents a symbiosis of several factors that contribute to the promotion of entrepreneurship and entrepreneurs.

In general, state policies and measures are designed to facilitate the process of starting and developing businesses by increasing economic activity and creating new jobs. The set of state measures consisting of financial incentives,

tax reliefs, infrastructure investments, and regulatory reforms contributes to accelerated economic development and increased competitiveness of enterprises.

This paper will present the most significant policies and state measures for the development of entrepreneurship. Opportunities for the development of entrepreneurship are a result of certain changes in the global environment that occur under the influence of rapid technological development and pronounced digitalization in all segments of work. An analysis of the basic policies and measures for achieving the development of entrepreneurship will be carried out within the framework of the paper. In the final part of the paper, will be given concluding observations and recommendations for improving the situation.

Keywords: state policies, state measures, factors, entrepreneurship, entrepreneurs

Вовед

Промените во глобалното окружување и забрзаниот развој на технологијата и дигитализација наметнаа потреба од воведување на промена во пристапот кон факторите кои влијаат на економскиот развој и поголема насоченост кон претприемништво како двигател на развојот на бизнисите и создавање на додадена вредност. Претприемништвото претставува признавање на можноста да се создаде вредност, како и процесот на искористување на оваа можност, без разлика дали се работи за формирање на нов субјект. Иако концептот на иновација и преземање на ризик често се поврзани со претприемништвото, не се земени во дефинирањето на терминот.[1] На национално ниво, пристапот насочен кон развој на претприемништвото имплицира промена во концепцијата за развој, преку воведување на различен вид на мерки и политики за развој на претприемништвото и претприемничкото учење. Политиките се дефинираат како организациски правила на однесување, кои служат за донесување на ефикасни и ефективни одлуки преку кои се постигнуваат рационални резултати.[2] Примарната цел на претприемачкото образование не е едноставно да ги наведе сите граѓани да отворат свои бизниси туку да им даде на младите луѓе способност да размислуваат позитивно, да бараат можности за реализирање на идеите, да имаат самодоверба за постигнување на своите цели и да ги искористат своите таленти за изградба на подобро општество (како од економска, така и од социјална гледна точка). Тоа, исто така, препознава дека учениците и студентите од сите академски профили може да бидат дел од овој процес и дека успехот не зависи од академските резултати туку од тоа како луѓето ќе го живеат својот живот.[3]

Едно од основните подрачја од каде започнува процесот на креирање на мерки и политики за развој на претприемништвото се основните документи и стратегии преку кои се определува периодот и механизмите на дејствување. Помошта за малите и за средните претпријатија и поддршката на претприемништвото се клучот за економското закрепнување.[4] Политиката на ЕУ се фокусира на поддршката за претприемачите.[5]

Достојностено вработување и економски раст претставува осма од вкупно 17-те Цели за одржлив развој усвоени со Агендата на Обединетите нации за одржлив развој 2030 година. Целите за одржлив развој се глобален повик за акција да се стави крај на сиромаштијата, да се заштити животната средина и климата и да се обезбеди сите луѓе да уживаат во мир и просперитет. [6]

Основни политики за поттикнување на претприемништвото

Претприемништвото претставува двигател на економскиот развој, но и можност за излез од економска рецесија. Развојот на малите и средните претпријатија се поврзува со иновативноста и политиките за поттикнување на претприемништвото. Едно претпријатие за да може да биде претприемнички ориентирано треба да воведо претприемничка стратегија во работењето.[7] Поддршката од страна на државата за креирање на поволен претприемнички амбиент се состои во имплементирање на различни вид политики и програми за поттикнување на претприемништвото. Во процесот на дефинирање и имплементирање на соодветни политики и практики влијаат поголем број различни фактори, кои мораат да бидат земени во предвид.[8] Политиките за поттикнување на претприемништвото играат важна улога во зголемувањето на иновациите, економскиот раст и отворањето нови работни места. Претприемничка стратегија во работењето подразбира однесување на претпријатието кое се карактеризира со воведување на иновации во работењето, агресивна ориентација кон конкуренцијата и подготвеност за влез во ситуации кои подразбираат ризик.[9] Политиките за поттикнување на претприемништвото се воведуваат од страна на државата со цел креирање на поволен деловно окружување за развој на претприемнички претпријатија и стар-уп бизниси.

Како најзастапени политики за поттикнување на развојот на малите и средни претпријатија се издвојуваат следните:

- политики за финансирање на мали и средни претпријатија односно финансиски политики,

- даночни политики,
- реформи во регулативата,
- политики за образование и обука од областа на бизнис и претприемништвото,
- политики за поддршка на иновациите и технологијата и
- политики наменети за одредени целни групи.(млади претприемачи, жени претприемачи и одредени маргинализирани групи).

Во *политики за финансирање на мали и средни претпријатија* односно финансиски политики, спаѓаат различните видови субвенции и грантови кои ги доделуваат државните институции. Овој вид поддршка се доделува директно како субвенција или како грант за отпочнување или проширување на претприемнички бизнис.

Во рамки на ова група исто така спаѓаат различниот вид фондови за ризичен капитал односно т.н. ризичен (venture) капитал. Преку државни мерки се поддржува основањето на фондовите со ризичен капитал кој е наменет за финансирање на стар-уп бизниси.

Дел од финансиските политики претставува поедноставување на пристапот до финансии. Тоа значи дека се креираат политики за поедноставување на условите за кредитирање, флексибилни каматни стапки, обезбедување на гаранции, помош при аплицирање за кредити и сл.

Во рамки на *даночните политики* може да се воведат најразличен вид политики за намалување на даноци за нови бизниси односно претприемачи, даночни олеснувања односно ослободување од даноците за новоформирани претпријатија во почетокот од работа на пример, првите 12 месеци или првите неколку години на работење, во зависност од дејноста која ја извршува. Доколку станува збор за ново формирано претприемничко претпријатие од областа на истражување и развој со цел да се поттикнат иновативните дејности може да се воведат ослободување од даноци за подолг период и сл.

Во политиките за *реформи на регулативата* може да се применат различен вид на политики за поедноставување на процедурите и барањата на државните институции преку олеснување на процесите за регистрација на претпријатијата и добивање на потребните лиценци и дозволи за отпочнување со работа. Исто така може да се воведат посебни законски решенија за различен вид на претприемнички бизниси како на пример стар-уп бизниси или политики за заштита на интелектуална сопственост со што се овозможува заштита на патенти, трговски марки и авторски права за иновативните производи.

Политиките за образование и обука од областа на бизнис и претприемништвото се однесуваат на воведување на претприемништвото во образовниот систем, од основно до високо образование. Претприемничкиот капацитет на граѓаните и организациите се подобрува преку негување на претприемничкото учење и претприемачкиот начин на размислување, промовиран од Европската рамка за компетентност за претприемништво.[10] Исто така државните институции може да воведат програми за обука и развој на претприемачки вештини. Стекнувањето на претприемнички вештини е неопходност и индивидуална потреба за секој претприемач. Вложувањето во вештини за остварување на подобри општествено економски резултати е уште еден клучен документ каде што еден од предизвиците со којшто се соочуваат земјите-членки на ЕУ и на кој треба да му се посвети особено внимание. Овој предизвик го опфаќа и претприемничкото учење.[11]

Политики за поддршка на иновациите и технологијата се спроведуваат преку различен вид организациони структури како на пример технолошки инкубатори и акцелератори преку кои се обезбедуваат инфраструктурни услови и менторска поддршка за новоформирани претпријатија за развој на бизнис идеите. Исто така преку државните политики се обезбедуваат различен вид на соработка меѓу претприемачи и универзитетите и научните институции. Во нашата држава во декември 2013 година е основан Фондот за иновации и технолошки развој. Преку ова институција се поттикнува процесот на иновирање и се обезбедуваат дополнителни извори за финансирање на иновациите со цел подобрување на конкурентноста на претпријатијата и создавање услови за конкурентна економија основана на знаење.

Политики наменети за одредени целни групи(млади претприемачи, жени претприемачи и одредени маргинализирани групи) се состојат од различен вид на политики специјализирани за одредени целни групи како на пример посебни политики за млади претприемачи, посебни политики за жени претприемачи или посебни политики за маргинализирани групи или социјални претприемачи. Преку различни форми на поддршка кои се состојат од обука, менторска поддршка, финансирање, доделување грантови и сл. се охрабруваат младите претприемачи да започнат бизнис.

Мерки и програми за вработување-Македонски случај

Посебен сегмент каде се прават големи напори за унапредување на претприемништвото е подрачјето на вработување односно самовработување. Затоа секоја година се усвојува Оперативен план со активни мерки и програми за вработување и услуги на пазарот на трудот. Во рамките на овој документ се пропишани сите програми, мерки и услови за вработување преку кои се креираат нови работни места.

Во програмите и мерките за вработување се предвидени различни видови на мерки и програми кои се предвидени со цел обезбедување на почетна помош за основање на бизнис као и мотивирање и поттикнување на лицата за самовработување. Од големиот број мерки и програми за вработување ќе бидат објаснети мерката-Поддршка за самовработување (претприемаштво) и Мерката-Поддршка за креирање на нови работни места.

Мерка-Поддршка за самовработување (претприемаштво)

Оваа група на мерки опфаќа два типа на финансиска помош во вид на грантови и тоа:

- износ до 307,500 денари (неповратни средства) и
- износ до 615.000 денари (за приватни субјекти со два содружника).

Корисници на овие видови мерки може да бидат:

- Невработени млади лица до 29 години,
- Невработени лица со попреченост,
- Невработени лица – мажи до 60 години и жени до 58 години,
- Жени жртви на родово насилство и жртви на семејно насилство,
- Невработени лица кои сакаат да го формализираат својот бизнис и тоа за мажи до 60 години и жени до 58 години,
- Невработени лица Роми-мажи до 60 години и жени до 58 години и
- Невработени лица повратници- мажи до 60 години и жени до 58 години.

Покрај изработка на бизнис план и оформена специјализирана обука, корисниците на мерките за поддршка, преземаат обврска да регистрираат претпријатие и работата најмалку 2 години. Во случај доколку на корисникот на грантот му престане работниот однос во период до 2 години (освен во случај на неспособност за работа или смрт) корисникот на грантот презема обврска да врати 80% од износот на грантот, доколку престанокот е во првата година од регистрацијата на правниот субјект и 60% од износот на грантот, доколку престанокот на правниот субјект е во втората година од регистрацијата на правниот субјект.

Мерка-Поддршка за креирање на нови работни места

Преку мерката-Поддршка за креирање на нови работни места се опфатени неколку видови финансиска помош во вид на грантови и различни форми на поддршка на вработените. Очекувањата од овој вид мерки се многубројни. Поддршката за креирање нови работни места ќе влијае врз поттикнување на вработувањето на невработените лица во микро, мали и средни претпријатија, социјални претпријатија што примарно се насочени кон социјални/општествени цели и чиј профит се реинвестира за остварување на тие цели низ деловно работење или вложување во заедницата и граѓански (непрофитни) организации што се занимаваат со економска активност при вршење на дејност, т.е. активност класифицирана според Националната класификација на дејности со која организациите ги остваруваат своите цели утврдени со статутот.[12]

Во оваа група на мерки спаѓаат:

- Субвенционирање на вработување,
- Вработување и раст на правни субјекти и
- Поддршка за вработување на лица со попреченост.

Мерката *Субвенционирање на вработување*, е насочена кон поддршка за вработување на невработени лица кои потешко се вклучуваат во пазарот на трудот како на пример долгорочно невработени лица (над 12 месеци во евиденција, со предност на невработени лица над 5 години), млади лица до 29 години постари лица од 50 години, лица корисници на гарантирана минимална помош и лица корисници на паричен надоместок по основ на невработеност, лица со статус на деца без родители и родителска грижа, жени-жртви на родово базирано насилство и жртви на семејно насилство, лица со попреченост, жени припадници на ромската етничка заедница и на останатите етнички заедници, лица припадници на ромската етничка заедница, самохрани родители и родители на деца со пречки во развојот, родители на 3 и повеќе деца, родители на деца на улици, осудени лица по отпуштање од казнено поправна установа, бездомни лица и лица со незавршено средно или пониско образование.

Мерката *Вработување и раст на правни субјекти* е креирана со цел поддршка во креирање на нови работни места во микро, мали и средни претпријатија, социјални претпријатија и граѓански организации и корисници на истата може да бидат микро, мали и средни претпријатија, социјални претпријатија и граѓански организации заинтересирани за отворање нови работни места, ново формирани претпријатија основани преку Програмата за Самовработување во 2022 година како и невработените лица.

Мерката *Поддршка за вработување на лица со попреченост* е креирана со цел да се да се зголеми вработливоста и можностите за вработување на евидентираниите невработени лица со попреченост. Корисници на истата може да бидат лица со попреченост кои самостојно вршат дејност како трговец поединец, работодавач или има својство на работодавач, трговски друштва за вработување на лица со попреченост-заштитни друштва, државната администрација, единиците на локалната самоуправа и Град Скопје и јавните претпријатија, агенции, фондови и други државни институции.

Заклучок

Развојот на претприемништвото претставува клучен елемент за економскиот раст и развој на една земја. Во таа насока улогата на државата преку политиките и мерките кои ги креира е многу важна. Државните политики и мерки за развој на претприемништвото се креираат со цел да се остварат определени цели за постигнување на подобар економски развој. Процесот на креирање на државни мерки и политики за развој на претприемништвото започнува со основните акти и стратегии во кои се определува периодот и начините и постапките на дејствување. Достојно вработување и економски раст претставува осма од вкупно 17-те Цели за одржлив развој усвоени со Агендата на Обединетите нации за одржлив развој 2030 година.

Преку политиките за финансирање на мали и средни претпријатија односно финансиски политики, даночните политики, политиките за реформи во регулативата, политики за образование и обука од областа на бизнис и претприемништвото, политиките за поддршка на иновациите и технологијата и политиките наменети за одредени целни групи (млади лица, возрасни лица, жени, маргинализирани групи) се создаваат услови за градење на силна претприемничка култура и забрзан економски развој.

Со Оперативниот план за активните програми и мерки за вработување и услуги на пазарот на трудот за 2024 година се утврдуваат програмите, мерките и услугите за вработување кои ќе обезбедат креирање на нови работни места и зголемување на вработливоста на невработените лица, посебно на младите, долгорочно невработените и корисниците на гарантирана минимал - на помош. Носител на Оперативниот план за активните програми и мерки за вработување и услуги на пазарот на трудот за 2024 година се креира од Министерството за труд и социјална политика.

За да бидат ефикасни политиките за поттикнување на претприемништвото и истите генерираат позитивни вредности, потребен е сет финансиски, даночни, регулаторни и образовни мерки кои ќе придонесат за искористување на позитивните иницијативи. Актуелните државни мерки во Македонија претставуваат основа за развој на претприемништвото. Правилната насоченост на мерките, посилна финансиска поддршка и повеќе вмрежување на национално и меѓународно ниво, ќе придонесат за подобрување на состојбата и градење на иновативно претприемничко окружување, забрзан економскиот развој и отворањето на нови работни места.

Користена литература

[1] <http://www.ilo.org/youthmakingithappen/PDF/WP76-2006-Rev.pdf>, преземено на 15.09.2024

[2] Postolov K. And Magdincheva-Shopova M, Human resources management policies and practices in multinational companies, KNOWLEDGE – International Journal Vol.38.1.,2020, p.149

[3] Thomas Cooney: The Need for Countries to Adopt an Entrepreneurship Education Strategy(http://sponsor.jaye.org/pls/apex31mb/f?p=17000:1003:477605035115808:::1003:P1003_HID_ID,P101)

[4]https://publications.europa.eu/resource/ellar/1b90f664-489a-49c0-b710_d868e33582f9.0001.02/DOC_1, преземено на 10.09.2024

[5]https://publications.europa.eu/resource/ellar/1b90f664-489a-49c0-b710_d868e33582f9.0001.02/DOC_1, преземено на 15.09.2024

[6] <https://northmacedonia.un.org/mk/sdgs>, преземено на 05.09.2024

[7] Магдинчева-Шопова М.(2021), Претприемништво, Универзитет Гоце Делчев-Штип, стр.57

[8] Магдинчева-Шопова М.,Стојановска Стефанова А.(2021) Политики за развој на родово претприемништво. Годишен зборник на Факултет за туризам и бизнис логистика, 1 (1). pp. 53-57. ISSN ISSN 2671-3969

[9] Covin Jeffrey G. and Slevin Denis P.(1989) Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments, *Strategic Management Journal* 10.

[10] (https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship_en)

[11] (https://ec.europa.eu/growth/policies/sme/files/support_measures/training_education/doc/)

[12]Оперативниот план за активните програми и мерки за вработување и услуги на пазарот на трудот за 2024 година, март 2024, <https://av.gov.mk/content/%D0%9E%D0%9F/OP%202024%20so%20logoa.pdf>, пристапено на 19.09.2024

ПАСТРМАЈЛИЈАТА КАКО ПОТЕНЦИЈАЛ ЗА РАЗВОЈ НА ГАСТРОНОМСКИОТ ТУРИЗАМ

Оливер Филипошки¹, Дејан Методијески², Никола Цуцулески³

¹ Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
oliver.filiposki@ugd.edu.mk

² Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
dejan.metodijeski@ugd.edu.mk

³ Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
nikola.cuculeski@ugd.edu.mk

Апстракт. Гастрономскиот туризам опфаќа широк спектар на активности кои се поврзани со храната и претставува важен сегмент од целокупното туристичко искуство или како мотивација за патување. Тој вклучува различни активности како: консумација на специфична и традиционална кујна, кулинарски натпревари, манифестации поврзани со храна и пијалак, локални пазари, производител на храна, вклучување на туристите во набљудување или подготовка на јадењата, кулинарски школи, гастрономски патеки, ресторани наменети за локалното население и туристите, гастрономска анимација и др. Предмет на овој труд е гастрономскиот туризам погледнат преку призмата на гастрономските производи пастрмајлии. За потребите на трудот, употребена е методологија на истражување и секундарни извори на податоци преку консултирање на релевантна литература поврзана со гастрономскиот туризам како и интернетот. Направена е анализа и табеларен преглед на Штипската пастрмајлија, како и пастрмајлиите кои се подготвуваат во други градови во земјата. Врз основа на систематска евалуација на содржината и активностите, анализирани се манифестациите поврзани со пастрмајлијата во земјата.

Клучни зборови: Пастрмајлија, Штип, гастрономија, туризам, манифестација, храна.

PASTRMAJLIJA AS POTENTIAL FOR DEVELOPMENT OF GASTRONOMY TOURISM

Oliver Filiposki¹, Dejan Metodijeski², Nikola Cuculeski³

¹ Faculty of tourism and business logistics, Goce Delcev University, Stip
oliver.filiposki@ugd.edu.mk

² Faculty of tourism and business logistics, Goce Delcev University, Stip
dejan.metodijeski@ugd.edu.mk

³ Faculty of tourism and business logistics, Goce Delcev University, Stip
nikola.cuculeski@ugd.edu.mk

Abstract. Gastronomic tourism encompasses a wide range of food-related activities and represents an important segment of the overall tourist experience or as a motivation for travel. It includes various activities such as: consumption of specific and traditional cuisine, culinary competitions, events related to food and drink, local markets, food producers, involvement of tourists in observing or preparing dishes, culinary schools, gastronomic trails, restaurants dedicated to the local population and tourists, gastronomic animation, etc. The subject of this paper is gastronomic tourism seen through the prism of pastirmajlija. For the purpose of the paper, research methodology and secondary sources of data were used by consulting relevant literature related to gastronomic tourism as well as the Internet. An analysis and tabular review of the Shtip pastirmajlija, as well as the pastirmajlija prepared in other cities in the country, has been made. Based on a systematic evaluation of the content and activities, the manifestations related to pastirmajlija in the country were analyzed.

Key words: Pastirmajlija, Stip, gastronomy, tourism, event, food.

1. Вовед

Од појавата на бесплатно гостопримство, подоцна првобитното угостителство, патувањата и откривањето на нови територии [1], до почетоките на современиот туризам, луѓето при патување надвор од своето постојано место на живеење морале да ги задоволат основните потреби за храна и сместување. Покрај сместувањето, исхраната односно гастрономијата имала важна улога во доживувањето на туристите и патниците. Кај античките народи како Египќаните, Грците и Римјаните, можеме да ги пронајдеме почетоките на гастрономската култура, тие имале свои обичаи, намирници и рецепти, готвачи, опремени кујни и технологии, објекти за исхрана, забава и за сместување [2]. Во земјите како Кина и Индија, исто така постоела развиена гастрономска култура која се манифестирала преку обичаите за хранење и намирниците користени во готвењето [3]. Гастрономските производи се прехранбени специјалитети и готови намирници кои можат да се конзумираат и да ги задоволат вкусовите на потрошувачите. Придавката гастрономски опишува сè што е поврзано со јадење или подготвување вкусна

храна. Гастрономијата се однесува на правила или норми во однос на јадењето и пиењето. Од оваа може да заклучиме дека гастрономијата како наука може да дава совети или упатства за тоа што да се јаде (и пие), колку, како, каде и кога, зошто, во каква форма и во кои комбинации. Гастрономските туристички производи се автентични понуди за храна и пијалаци кои се единствени за одредено место, регион или земја. Овие производи играат значајна улога во развојот на гастрономскиот туризам и придонесуваат за збогатување на целокупното туристичко искуство.

Целта на овој труд е да се анализираат карактеристиките на гастрономскиот туризам, како и гастрономскиот производ – пастрмајлијата. Поради таа причина, во истражувањето се опфаќаат манифестациите кои се поврзани со пастрмајлијата. За потребите на трудот, употребена е методологија на истражување и секундарни извори на податоци преку консултирање на релевантна литература поврзана со гастрономскиот туризам и пастрмајлиите како и интернетот. Исто така, како примарни извори на податоци се користат неформални интервјуа кои беа спроведени со стручни лица од угостителски објекти во Штип, како и набљудување на манифестацијата Пастрмајлијада во Штип која се одржа во 2023 година. Направена е анализа и табеларен преглед на Штипската пастрмајлија (состојки, подготовка и сервирање), како и карактеристиките на пастрмајлиите кои се подготвуваат во други градови во земјата. Врз основа на систематска евалуација на содржината и активностите, анализирани се манифестациите поврзани со пастрмајлиите во земјата (традиција и програма на манифестациите).

2. Основни карактеристики на гастрономскиот туризам

Гастрономскиот туризам е составен од зборовите „гастрономски“ и „туризам“. Терминот „гастрономија“ има грчко потекло и означува готварски вештини, гурманлак, а гастроном – човек што добро готви, гурман, одбирач на јадења[4]. Буквалното значење на терминот гастрономија од грчки јазик е „гастро“ – стомак и „номос“ – знаење, закон. Гастрономијата во основа, најголемиот дел од луѓето ја поврзуваат со подготвувањето на храна, сепак треба да истакнеме, дека гастрономијата како наука опфаќа многу аспекти поврзани со храната како општествени, економски, културни, историски, природни и др., а не само подготовката на храна – готварство и кулинарски вештини [5].

Туризмот претставува патување поради рекреација, одмор, религиозни или бизнис цели. Туристите се луѓе кои патуваат и престојуваат во места надвор од нивното постојано место на живеење повеќе од дваесет и четири часа и не повеќе од една последователна година поради одмор, бизнис и други цели кои не се поврзани со извршување активност кои се платени во местото кое се посетува. Туризмот, исто како и гастрономијата претставува мултидисциплинарна област, а токму поради таквата негова природа во комбинација со гастрономијата произлегува терминот гастрономски туризам. Гастрономијата и туризмот се во директна и нераскинлива врска. Консумирањето на храна и пијалаци е составен дел од престојот на туристите и посетителите, а кога го среќаваме како основен мотив за патување, тогаш станува збор за „чиста“ форма на гастрономски туризам [6].

Глобалните трендови на туристичкиот пазар укажуваат на промена на преференциите на туристите, што отвора можност за развој на нови сегменти на туристичката понуда што не се поврзани со масовниот туризам, туку повеќе кореспондираат со алтернативните форми на туризам. Иако масовниот туризам сè уште го држи приматот во дистрибуцијата на туристичкиот промет во глобални рамки, евидентни се поместувањата во правец на сè поголемата актуализација на алтернативните форми на туризам, меѓу кои припаѓа и гастрономскиот туризам. Алтернативниот туризам, исто така, се темели на пократки патувања и одмори на туристите во текот на целата година, без изразена сезона. Гастрономскиот туризам претставува една од формите на алтернативен туризам. Кога се земаат предвид дефинициите за гастрономски туризам, тие имаат слично значење кое се однесува на посета на одредено место. Сепак, патување до одредена дестинација за причини поврзани со храна и пијалак не е задолжително да го означува истото за сите туристи. За некои туристи, примарните интереси може да бидат поврзани со храната, а за други интересот кон храната може да биде од секундарно или останато значење.

Гастрономскиот туризам опфаќа широк спектар на активности кои се поврзани со храната и се смета за важен сегмент од целокупното туристичко искуство за време на одморот или како мотивација за патување. Гастрономскиот туризам вклучува различни активности како: консумација на специфична и традиционална кујна, кулинарски натпревари, манифестации поврзани со храна и пијалак, локални пазари, произведувачи на храна, вклучување на туристите во набљудување или подготовка на јадењата, кулинарски школи, патеки на храна, ресторани кои се наменети за локалното население и туристите, гастрономска анимација и др.

Гастрономскиот туризам има длабока поврзаност со винскиот туризам, во основа консумирањето на квалитетно вино е поврзано со соодветна храна. Винскиот туризам (како дел од гастрономскиот туризам), вклучува посета на винарии, дегустација и купување на вино, вински патишта, вински манифестации и настани, вински музеи, комбинирање на храна и вино, и др. Како дел од видовите туризам поврзани со храна и пијалаци можеме да ги истакнеме и пивскиот туризам, кафе туризам, туризам поврзан со чај, виски и сл.

Релевантната литература поврзана со гастрономскиот (се нарекува и кулинарски, гурмански, туризам на специјални интереси, селективна или алтернативна форма) туризам, покажува дека овој вид на туризам опфаќа значаен сегмент од понудата на дестинациите. Истражувањата на редица автори покажуваат, дека гастрономијата во голем степен учествува во градењето на позитивниот бренд на дестинациите [7]. Податоците од Светската туристичка организација при Обединетите нации, покажуваат дека [8]: гастрономските мотиви за патување кај туристите во светски рамки се на трето место, веднаш зад културните и природните вредности. 87 % од членките на оваа организација (национални туристички организации) сметаат дека гастрономијата е важен стратешки елемент кој го дефинира имиџот, брендот и промоцијата на дестинацијата. Осум од десет членки на Светската туристичка организација, сметаат дека гастрономијата е движечка сила на туризмот. Од активностите поврзани со гастрономскиот туризам, како специфични производи на гастрономскиот туризам во дестинациите, во студијата на Светската туристичка организација, посочени се следните:

- гастрономски настани (79 %);
- гастрономски тури (62%);
- гастрономски работилници и мастер класови (62%);
- саеми за локална храна (59%);
- посета на пазари и производители на храна (53%);
- музеи за храна (12%) и
- останато (презентации на храна 6%).

Во промоцијата на гастрономијата, за дестинациите, според националните туристички организации, најважни се следните сегменти:

- организација на настани (91 %);
- брошури за гастрономски производи и реклама (82 %);
- веб страни посветени на гастрономски туризам (78 %);
- туристички водичи (61 %);
- блогови со гастрономска тематика (43 %);
- инфо тури за новинари и туроператори (13 %) и
- социјални мрежи за промоција на гастрономскиот туризам.

Организацијата за економска соработка и развој [9], во својата публикација поврзана со храната како дел од доживувањето и искуството на туристите, преку 12 студии на случај од различни земји во светот го прикажува големото значење кое гастрономијата го има за развојот на туризмот.

Главните карактеристики на гастрономскиот туризам се следните: тој се заснова на гастрономија, тој е пазар кој расте, тој е дел од културно наследство, тој е одржлив, нуди квалитет, се развива преку соработка. Мотивите за патување и учество во гастрономски туризам може да бидат поврзани со стилот на живеење (гастрономските туристи сакаат да научат и пробаат нешто ново); економски и демографски параметри како возраст, пол, заработка и слободно време (туристите располагаат со финансии и слободно време за патување); гастрономските туристи се движат во мали групи и основата за патувањето е храната.

Во релевантната литература постојат повеќе студии и направени се модели кои ја истражуваат мотивацијата и факторите кои влијаат на гастрономскиот туризам, побарувачката и однесување на туристите. Локалната храна игра голема улога во целокупното задоволство на туристите поради консумирањето на нови јадења во објект за исхрана со специфична атмосфера која е карактеристична за дестинацијата. Истражувањата во постоечката литература прават поделба на три основни типови на „гастрономски туристи“ [10]:

- Туристи кои се мотивираат од нови искуства и за кои храната е во основа на нивниот избор на дестинација;
- Туристи кои уживаат во храната и имаат позитивни ставови кон храната и
- Туристи кои „преживуваат“, за кои локалната храна во дестинацијата има функција да ги задоволи нивните физички потреби.

3. Штипската пастрмајлија како гастрономски туристички производ

Со зголемување на конкуренцијата помеѓу туристичките дестинации, локалната култура станува се позначаен извор на нови производи и активности за привлекување и забава на туристи. Гастрономијата има особено важна улога во тој процес, не само поради фактот што храната е во средиштето на туристичкото искуство, но и поради тоа што гастрономијата претставува составен дел од идентитетот во постмодерното општество [11]. Значаен тренд во гастрономскиот туризам е оној кој ги поврзува локалните производи со нивното место на потекло – идејата дека одредена храна или вино можат да бидат целосно уживани и „разбрани“, само ако се подготвени таму од каде што потекнуваат, од локалното население и со локални состојки [12].

Покрај тоа што пастрмајлијата има повеќе вековна традиција, истражувањата поврзани со нејзиниот историски развој до денешната трансформација е опфатена во мал број публикации во домашната стручна и научна литература [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19], [20], [21].

Се претпоставува, дека пастрмајлијата е донесена во земјата од доселеници од Турција кои се населиле на планината Плачковица во околината на Штип. Затоа се смета, дека пастрмајлијата најпрво започнува да се подготвува во Штип, а подоцна поради популарноста на овој специјалитет нејзината подготовка се проширува и во други места во близина на Штип. Од една страна турската гастрономија несомнено оставила траги во формирањето на македонскиот гастрономски идентитет (во голем дел од случаите и на останатите земји од Балканскиот полуостров кои биле под владеење на турската империја), а од друга страна истражувањата покажуваат, дека некои турски специјалитети потекнуваат од различни делови на тогашната турска империја, па така сутлијашот и шеќерпарето потекнуваат од Македонија [22]. Пастрмајлијата има свои сличности со турскиот гастрономски производ „пиде“ тур. İçli pide, кое означува полнет леб [23]. Различни варијации на пидето се среќаваат и во други земји кои се соседни на Турција, во Блискиот исток и централна Азија [24]. Пидето се подготвува во различни варијанти со зеленчук, јајца, сирење, месо како и со пастрма.

Името на пастрмајлијата потекнува од зборот пастрма што претставува овчо или козјо солено и сушено месо. Во минатото пастрмајлијата се подготвувала со пастрма. Денес, пастрмајлијата се подготвува од свинско или пилешко месо. Во поново време, во понудата на угостителските објекти се појавуваат и таканаречените „посни“ пастрмајлии, кои покрај тестото како основа содржат различни видови зеленчук како печурки, пиперки, кромид, домати, маслинка, растителен кашкавал и др.

Традицијата на консумирање на пастрмајлии во Штип има своја историја. Во времето на старите фурни (биле повеќе од 40) за време на викенди, а посебно во недела, локалното население во домашни услови подготвувало свинско месо, исечкано, зачинето, на купче со лажица маст (колку члена во семејството – толку купчиња) и го носело во некоја од блиските фурни на дрва да се направат пастрмајлии. Се чекало во редици од рано наутро до попладне, се давале бројчиња за да се сочува редот. Денес, пастрмајлиите може да се нарачаат во фурни или да се нарачаат и консумираат во угостителските објекти. Традицијата во Штип за пастрмајлиите укажува на податокот, дека истите се приготвуваат и јадат само во месеците кои во своето име ја имаат буквата „Р“, почнувајќи од септември до април (сезона од 7 месеци), бидејќи овој деликатес е мрсен и се избегнува во топлиите месеци.

Штипска пастрмајлија е брендиран специјалитет подготвен од тесто кое се замесува со брашно, топла вода, сол и квасец, се измесува тестото да биде средно меко. Тестото се остава да нарасне (ферментира). Откако ќе нарасне, повторно се размесува и се развлекува во долгнавеста (овална) форма и се притиска тестото во средината така да од страните имаме венец од подебело тесто. Најдобро е месото да се подготви претходно, најмалку два до три часа пред подготовка на пастрмајлијата. Месото се сече на ситни коцки, се посолува со сол и црвен пипер и се става во секоја пастрмајлија. Одозгора на месото се става по 1 лажичка маст и се става во рерна да се пече.

Заштитата на производите и трговските марки, заштитата на географско потекло и патентирањето на производи е Европска и светска практика. Различни региони во државите во Европа и светот вршат свои заштити на потекло и валоризирање на различна храна и пијалаци. Во нашата земја, штипската пастрмајлија е заштитена трговска марка и производ од 2010 година од страна на општина Штип, според Законот за индустриска сопственост. Истата е влезена во регистарот на Државниот завод за индустриска сопственост. Според Ничанската класификација и список на производите и услугите, пастрмајлијата е заштитена во класа 30 производи од брашно – пастрмајлии и класа 43 услуги за подготвување храна – пастрмајлии.

4. Регионален преглед на традиционалната подготовка на пастрмајлии во земјата

Во Северна Македонија постојат осум статистички региони, кои имаат свои природни, културни, социјални и економски разлики помеѓу себе. Во половина од регионите во земјата се подготвува пастрмајлијата како традиционален рецепт.

Табела 1 Регионален преглед на традиционалната подготовка на пастрмајлии во земјата

Table 1 Regional overview of the traditional preparation of pastrmajlija in the country

Производ	Место	Регион	Состојки	Подготовка и сервирање
Пастрмајлија	Штип	Источен	Тесто, месо (свинско, пилешко), зачини, црвен пипер, свинска маст, феферони.	Се подготвува во фурна на дрва или печка. Може да биде мала или голема. Се послужува во чинија. Се сервира во долгнавести чинии. Се консумира без прибор, односно се јаде со раце.

Пастрмајлија	Пробиштип, Злетово	Источен	Тесто, месо (свинско), зачини, свинска маст.	Се подготвува во фурна на дрва или печка. Се сервира во долгнавести чинии. Се консумира без прибор, односно се јаде со раце.
Пита пастрмајлија	Велес	Вардарски	Тесто, месо (свинско, овчо - пастрма), јајца, свинска маст, зачини.	Се подготвува во фурна на дрва или печка. Се сервира во долгнавести чинии. Се консумира без прибор, односно се јаде со раце.
Пастрмајлија	Свети Николе	Вардарски	Тесто, месо (свинско, овчо), јајца, сирење, свинска маст, зачини, феферони, кисели краставички.	Се подготвува во фурна на дрва или печка. Се сервира во долгнавести чинии. Се консумира без прибор, односно се јаде со раце.
Пастрмајка	Кратово	Североисточен	Тесто, сушено месо (свинско), свинска маст, зачини.	Се подготвува во фурна на дрва или печка. Се сервира во долгнавести чинии. Се консумира без прибор, односно се јаде со раце.
Самун	Радовиш	Југоисточен	Тесто, месо (свинско, пилешко, саздрма), јајца, сирење, свинска маст, зачини.	Се подготвува во фурна на дрва или печка. Се сервира во долгнавести чинии. Се консумира без прибор, односно се јаде со раце.

Од табела 1, може да се забележи, дека во земјава постојат повеќе градови каде се подготвува специјалитетот пастрмајлија како: Штип, Свети Николе, Пробиштип – Злетово, Велес, Кратово и Радовиш. Овие градови се лоцирани на оддалеченост од 80-тина километри еден од друг во четири региони: Источен, Североисточен, Југоисточен и Вардарски. Името на пастрмајлијата варира и се среќава како пастрмалија, пастрмајка, пита пастрмајлија и самун. Во основа постојат мали разлики во рецептурите според кои традиционално се подготвува пастрмајлијата, но сите се подготвуваат на база на тесто, месо и зачини. Варијациите вклучуваат користење на свинско, пилешко и сушено месо, како и додатоци од јајца и сирење. Пастрмајлиите се подготвуваат во фурна на дрва или електронски печки, се сервираат во долгнавести чинии и се консумираат со раце.

5. Манифестации поврзани со пастрмајлијата во земјата

Во Северна Македонија се одржуваат голем број на манифестации со гастрономска тематика како пиво фест, вино фест, денови на кочанскиот ориз, преспански јаболкобер, компиријади, питијади, пифтијади, прازیјади, ракијади, смоквијади, денови на одгледувачи на овци и кози и др. За потребите на овој труд, во фокусот на вниманието се поставени манифестациите поврзани со пастрмајлиите. Во земјата се одржуваат три вакви манифестации, од кои најпознатата и најпосетената е Пастрмајлијадата во Штип.

Табела 2 Манифестации поврзани со пастрмајлијата во земјата

Table 2 Events connected with pastrmajlija in the country

Манифестација	Место на одржување	Регион	Традиција	Програма
Пастрмајлијада	Штип	Источен	17 години, се одржува во септември. Над 130.000 посетители. Цена над 200 денари.	Два дена. Гастрономија, музика, култура, програма за деца и др. Подготовка на циновска пастрмајлија и натпревар во брзо јадење. Повеќе од 40 фурни.
Самун ем татлија	Радовиш	Југоисточен	11 години, се одржува во октомври. Над 70.000 посетители. Цена над 200 денари.	Три дена. Гастрономија, музика, култура, програма за деца и др. Подготовка на 4 метарски самун. Повеќе од 20 фурни.
Питијада	Велес	Вардарски	17 години, се одржува во октомври. Над 80.000 посетители. Цена над 200 денари.	Три дена. Гастрономија, музика, култура, програма за деца и др. Подготовка на голема пита. Повеќе од 20 фурни.

Ода табела 2, можеме да забележиме, дека во земјата се организираат три гастрономски манифестации поврзани со пастрмајлијата во градовите Штип, Велес и Радовиш. Овие манифестации се организираат во периодот на месеците септември и октомври. Времетраењето на манифестациите е 2-3 дена, а истите имаат богата културна и музичка програма. Музичките настапи се проследени со концерти на најголемите домашни и регионални музички ѕвезди и естрадни уметници од земјата и соседството. Традицијата на одржување на овие манифестации е речиси две децении, а бројот на посетители ја надминува бројката од 130.000. На манифестациите се консумираат пастрмајлии подготвени од страна на локалните угостителски објекти, а цените на производот се движат од 200-300 денари. Покровители и организатори на овие манифестации се локалните самоуправи, а покрај нив учество земаат и голем број на спонзори и донатори од стопанството.

Заклучок

Гастрономскиот туризам вклучува различни активности како: консумација на специфична и традиционална кујна, кулинарски натпревари, манифестации поврзани со храна и пијалак, локални пазари, произведувачи на храна, вклучување на туристите во набљудување или подготовка на јадењата, кулинарски школи, патеки на храна, ресторани кои се наменети за локалното население и туристите, гастрономска анимација и др. Главните карактеристики на гастрономскиот туризам се следните: тој се заснова на гастрономија, тој е пазар кој расте, тој е дел од културно наследство, тој е одржлив, нуди квалитет, се развива преку соработка. Мотивите за патување и учество во гастрономски туризам може да бидат поврзани со стилот на живеење (гастрономските туристи сакаат да научат и пробаат нешто ново); економски и демографски параметри како возраст, пол, заработка и слободно време (туристите располагаат со финансии и слободно време за патување); гастрономските туристи се движат во мали групи и основата за патувањето е храната.

Во земјава постојат повеќе градови каде се подготвува специјалитетот пастрмајлија како: Штип, Свети Николе, Пробиштип – Злетово, Велес, Кратово и Радовиш. Овие градови се лоцирани на оддалеченост од 80-тина километри еден од друг во четири региони: Источен, Североисточен, Југоисточен и Вардарски. Името на пастрмајлијата варира и се среќава како пастрмалија, пастрмајка, пита пастрмајлија и самун. Во основа постојат мали разлики во рецептурите според кои традиционално се подготвува пастрмајлијата, но сите се подготвуваат на база на тесто, месо и зачини. Варијациите вклучуваат користење на свинско, пилешко и сушено месо, како и додатоци од јајца и сирење. Пастрмајлиите се подготвуваат во фурна на дрва или електронски печки, се сервираат во долгнавести чинии и се консумираат со раце.

Во Северна Македонија се организираат три гастрономски манифестации поврзани со пастрмајлијата во градовите Штип, Велес и Радовиш. Овие манифестации се организираат во периодот на месеците септември и октомври. Времетраењето на манифестациите е 2-3 дена, а истите имаат богата културна и музичка програма. Музичките настапи се проследени со концерти на најголемите домашни и регионални музички ѕвезди и естрадни уметници од земјата и соседството. Традицијата на одржување на овие манифестации е речиси две децении, а бројот на посетители ја надминува бројката од 130.000. На манифестациите се консумираат пастрмајлии подготвени од страна на локалните угостителски објекти, а цените на производот се движат од 200-300 денари. Покровители и организатори на овие манифестации се локалните самоуправи, а покрај нив учество земаат и голем број на спонзори и донатори од стопанството.

Користена литература

- [1] Gosch, S. & Stearns, P. (2008). *Premodern Travel in World History*. New York: Routledge.
- [2] Alcock, J. (2006). *Food in the ancient world*. Westport: Greenwood Press.
- [3] Pilcher, M. (2012). *The Oxford handbook of food history*. Oxford: Oxford University Press.
- [4] Микуновиќ, Љ. (1990). *Современ лексикон на странски зборови и изрази*. Скопје: Наша Книга.
- [5] Методијески, Д. & Саздова, Ј. (2024). *Интернационална гастрономија (е-скрипта)*. Штип: Универзитет Гоце Делчев.
- [6] Методијески, Д., Филипоски, О., Цуцулески, Н., Ташков, Н., Мичев, Г., Димовски, Ч. & Тодоровиќ, Е. (2018). *Гастрономски туризам: Современи светски тенденции и перспективи за развој во Македонија*. Скопје: Туристика.
- [7] Ooi, C.S. & Pedersen, J.S. (2017). In Search of Nordicity: How New Nordic Cuisine Shaped Destination Branding in Copenhagen. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 2(4), pp. 217–231.
- [8] UNWTO (2012). *UNWTO Global Report on food Tourism*. Madrid: UNWTO.
- [9] OECD (2012). *Food and the Tourism Experience: The OECD - Korea Workshop*. Paris: OECD Publishing.
- [10] Daries, N., Cristobal-Fransi, E., Ferrer-Rosell, B. & Marine-Roig, E. (2018). Behavior of culinary tourists: A segmentation study of diners at top-level restaurants. *Intangible Capital*, 14(2), pp. 332-355.

- [11] Hjalager, A.M. & Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- [12] Sidali, K., Spiller, A. & Schulze, B. (2011). *Food, Agri-culture and tourism - Linking local gastronomy and rural tourism: interdisciplinary perspectives*. Berlin: Springer.
- [13] Ристов, Д. (2012). Водич за најубавиот вкус на Штип: Штипска пастрмалија. Штип: Општина Штип.
- [14] Малинов, З. (2014). Штипската пастрмалија(да) - храна, забава, бизнис. Етнолог: списание на Здружението на етнологите на Македонија, 16, стр. 24-34.
- [15] Ташков, Н., Димитров Н. & Методијески Д. (2016). Водич за препознатливите производи, локалитети, објекти и настани во Македонија. Скопје: Агенција за промоција и поддршка на туризмот.
- [16] Центар за развој на Североисточен плански регион (2017). *Духот на североистокот: Регионален македонски готвач*. Куманово: Центар за развој на Североисточен плански регион.
- [17] Шаревска, И., Даскаловска, А. & Вражиновски, Т. (2018). *Вкусовите на Македонија*. Скопје: Агенција за промоција и поддршка на туризмот.
- [18] Методијески, Д., Филипоски, О., Нацов, А. & Ѓоргиева, И. (2019). *Регионални карактеристики на македонската гастрономија*. Скопје: Туристика.
- [19] *Slow Food Macedonia* (2019). Иницијална листа на традиционални производи. *Slow Food Macedonia*.
- [20] Ѓоргиева, И. & Нацов, А. (2021). *Гастрономски карактеристики на Источниот регион на Северна Македонија*. Зборник на трудови од Петта меѓународна научна конференција ФИЛКО - филологија, култура и образование, 8-9 октомври 2020, Штип, стр. 69-73.
- [21] Антонијевски, Г. (2022). *Гастрономијата како фактор за развојот на угостителството и туризмот во Република Северна Македонија (докторска дисертација)*. Штип: Универзитет Гоце Делчев.
- [22] Diker, O., Deniz, T. & Çetinkaya, A. (2016). *History of Turkish Cuisine Culture and the Influence of the Balkans*. *Journal of Humanities And Social Science*, 21 (10), pp.01-06
- [23] Artik, N., Poyrazoglu, E. & Konar, N. (2008). *Turkish cuisine*. Ankara: Ministry of Health, Republic of Turkey.
- [24] Civitello, L. (2011). *Cuisine and Culture: A History of Food and People*. New Jersey: John Wiley & Sons.

ПРЕТПРИЕМНИЧКОТО ОДНЕСУВАЊЕ ВО ФУНКЦИЈА НА ИНТЕРКУЛТУРАЛИЗМОТ

Христина Серафимовска¹

¹ Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
hristina.serafimovska@ugd.edu.mk

Апстракт. Овој труд има за цел да го стави претприемничкото однесување, како универзална димензија на општественото живеење, во функција на интеркултурализмот со цел надминување на разликите и воспоставување на принципите на хармонија во живеењето. Економската литература одамна го третира прашањето за влијанието на религијата и културата врз водењето бизнис. Посебните верски, етнички и други социјални групации, кои имаат своја субкултура, креираат свој вредносен систем кој го детерминира и однесувањето на економските субјекти. Она што нас не интересира е повратна врска според која претприемништвото ќе биде тоа кое ќе може да влијае врз надминување на разликите креирани од различните култури. Овој труд дава препораки со кои основните карактеристики на претприемништвото (иновативноста, проативноста, преземањето ризик и сл.) отвораат можности за надминување на предизвиците на современото живеење содржани во интеркултурализмот.

Клучни зборови: интеркултурализам, претприемничко однесување, претприемништво, мултикултура

ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR IN SERVICE OF INTERCULTURALISM

Hristina, Serafimovska¹

¹Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University, Stip, Macedonia
hristina.serafimovska@ugd.edu.mk

Abstract. This paper aims to put entrepreneurial behaviour, as a universal dimension of social life, in the function of interculturalism in order to overcome differences and establish the principles of harmony in living. Economic literature has long addressed the question of the influence of religion and culture on doing business. Special religious, ethnic and other social groups, which have their own subculture, create their own value system that determines the behaviour of economic subjects. What we are interested in is the reverse relationship according to which entrepreneurship will be the one that will be able to influence overcoming the differences created by different cultures. This paper provides recommendations with which the basic characteristics of entrepreneurship (innovation, proactivity, risk-taking, etc.) open opportunities for overcoming the challenges of modern living and interculturalism.

Kew words: interculturalism, entrepreneurial behaviour, entrepreneurship, multiculturalism

Вовед

Вообичаеното поимање на поимот претприемништво, најчесто е поврзан и се разгледува во рамки на економскиот контекст. Па така, претприемништвото традиционално се поврзува со однесувањето на економските субјекти – претпријатијата, нивното внатрешно организирање на процесите, начинот на менаџирање, интеракцијата со останатите претпријатија и сл. Како крајна цел од ваквиот процес секако, е креирање конкурентска предност манифестирана преку достигнување на исклучителни материјални вредности.

Сето ова може да се воочи од многуте дефиниции кои се во обид да ја дефинираат суштината на претприемништвото. Станува збор за бројни дефиниции кои поаѓаат од различни аспекти, но се сведуваат на иста суштина. Па така, за претприемништвото, односно за претприемачот може да зборуваме како за:

- човек кој исплаќа фиксни доходи за несигурни, неизвесни приходи во иднина и на тој начин презема ризик, според Ричар Кантијон, или како
- капиталист чија основна цел е да го максимизира профитот, како очекувана награда за својот напор, според Адам Смит²⁵
- друга посеопфатна дефиниција вели дека претприемачите се сопственици на претпријатија кои воведуваат иновации и на тој начин го диференцираат својот бизнис наспроти конкуренцијата, преземаат ризик, вршат комбинација, рекомбинација и супституција на поскапите производствени фактори со поевтини и ги насочуваат ресурсите кон секторите на нивната најпродуктивна употреба.²⁶
- за претприемништвото исто така, се зборува и како за „креативна деструкција“. Шумпетер уште во 1942 г. преку овој поим во фокус ја става иновативната компонента на претприемничкото однесување, која е способна да ги извади процесите од економска рамнотежа и на тој начин да ја придвижи економијата, секако заменувајќи ги старите со понови производи, позбогатени, поразвиени и поатрактивни.²⁷

Како што може да се види од дефинициите, претприемачкото однесување преку својата оригиналност содржана во основната претприемачка карактеристика – иновативноста, се доживува како развоен фактор кој отвора широки можности за просперитет. Шумпетер оваа развојна компонента ја поврзува со поимот деструкција, мислејќи на креативната деструкција, но она на што фокус става овој труд е токму обратниот процес, воспоставување на хармонија. Праксата покажува дека претприемништвото одамна го има поминато ограничувањето на економскиот контекст, па така се почесто зборуваме за претприемништво во образованието, во спортот, културата и сл. Претприемништвото е неразвоен елемент на сите општествени сегменти.

Како една универзална димензија на општественото живеење, овој труд има за цел да го стави претприемничкото однесување во функција на интеркултурализмот со цел надминување на разликите и воспоставување на принципите на хармонија во живеењето.

Различноста како предизвик

Претприемништвото, независно дали се врзува за дејствувањето на економските субјекти, или на него се гледа како на механизам кој нуди можности за развој во спортот, образованието и сл., неминовно е дел од општественото дејствување. Човекот, како што забележал Шумпетер²⁸, е централната фигура околу која се одвиваат сите настани. Тој е носителот на претприемничката иницијатива, од неговата способност за воочување на можностите започнува се, и на крај човекот е тој кој од другата страна на претпријатието ги консумира испорачаните производи или услуги. Човекот неминовно е општествено битие, тој е дел од општеството. Она што се јавува како карактеристика на секое општество е неговата мултидимензионалност и слоевитост. Овде пред се, ќе се задржиме на културните, социјалните, етничките и верските разлики кои постојат помеѓу луѓето во рамки на едно општество.

Економската литература одамна го третира прашањето за влијанието на религијата и културата врз водењето бизнис. Познато е дека религиите креираат свој вредносен систем кој го детерминира и однесувањето на економските субјекти. Често пати претпријатијата ги модифицираат своите производи и

²⁵Магдинчева – Шопова, М (2021). *Претприемништво*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, високошколски учебник, стр. 12

²⁶Фити Т., Хаџи Василева-Марковска В., Бејтмен М. (2007). *Претприемништво*, Економски факултет, Скопје. високошколски учебник, стр. 57

²⁷К. McCraw, Т. (2007). *Prophet of Innovation*, Harvard University Press, p. 3

²⁸Магдинчева – Шопова, М (2021). *Претприемништво*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, високошколски учебник, стр. 12

креираат понуда наменета за пазари кои се разликуваат во своите потреби креирани токму од верски уверувања.

Од друга страна пак, различни држави имаат различна деловна култура кон која економските чинители исто така мораат да се прилагодат за да бидат успешни. Така на пример, можеме да зборуваме за деловна култура која е материјалистички фокусирана со карактеристики на современото живеење, за разлика од други држави каде преовладуваат традиционални елементи и се негуваат уверувања од минатото, во смисла на тоа кои бои или движења на телото се сметаат за пригодни и прифатливи.²⁹

Со оглед на тоа дека однесувањето на луѓето е на извесен начин програмирано од контекстот во кој поединецот се родил, развивал, образувал, каде ги стекнал своите навика, работно и животно искуство, може да се каже дека националната култура може да се смета за фактор кој влијае врз иновативноста и развојот на претприемништвото. Истото важи и за професионалната култура здобиена од претходното работно искуство на единката и стекнатото образование кое во комбинација со националниот контекст може да даде различни резултати.³⁰

Освен влијанието на националниот и професионален контекст, можеме да зборуваме и за посебност на ниво на организации/ентитети, поточно за корпоративната т.е. организациска култура. Се поставуваат прашањата: Зошто едни организации се поиновативни од други? и Која организациска култура е најпогодна за развој на претприемништвото? Токму на овие прашања се надоврзува моделот на Хофстед (Hofstede). Овој модел дава типологија на димензии на организациската култура, која е најсоодветна за поттикнување на иновативноста и развојот на интрапретприемништвото, а оперира со шест димензии во управувањето, и тоа:

- оддалеченост на моќ,
- избегнување неизвесност
- индивидуализам/колективизам
- мажественост/женственост
- отвореноста на системот и
- долгорочна/краткорочна ориентација

Од гореспоменатото може да се заклучи дека луѓето припаѓаат на различни средини и помеѓу себе се делат по различни основи. Ваквите поделби честопати се причина за недоразбирања и конфликти кои многупати знаат да ескалираат и до поголеми размери.

Културен диверзитет

Токму поради културната посебност на народите едно од суштинските прашања со кои се занимава Европската унија е прашањето за различноста. Во таа смисла е и White Paper on Intercultural Dialogue на ЕУ уште во 2008 г., креиран како документ со препораки за делување во оваа специфична област под мотото "Living Together as Equal in Dignity".³¹

Предизвик на современите општества е соодветно менаџирање на културниот диверзитет кој е во се поголем пораст. Прашања кои се исправуваат пред нас е: Како да се одговори на различностите? Која е нашата визија за иднината, какво општество сакаме? Дали посакуваме отворено инклузивно општество без дискриминација, или пак, предност ќе дадеме на сегрегацијата по групи заробени во предрасуди? Во оваа смисла е препораката за градење на интеркултурен дијалог како алатка за спречување на етнички, религиозни, лингвистички и културни поделби. Ваквиот предизвик всушност се состои во креирање на правилни политики кои се поврзани со мултикултурализмот и интеркултурализмот како поими. И двата поими во општествата, и на макро, и на микро (локално) ниво, се развиени како теории, наративи и политички парадигми кои служат за менаџирање на културниот диверзитет. Сепак тие помеѓу себе се разликуваат во значењето. Постојат повеќе дефиниции за тоа на што точно се однесуваат овие два поими

²⁹ Ташков, Н., Митрева, Е. (2014). *Организациско однесување*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, учебник, стр. 146-164

³⁰ Серафимовска, Х., Поповски, В. (2017). *Иновации и претприемништво*, 2 Август – Штип, високошколски учебник, стр. 113

³¹ Council of Europe (2008). *White Paper on Intercultural Dialogue*, Strasbourg

кои помеѓу себе сепак, имаат заедничка нишка и во оваа насока постојат автори кои тврдат дека двата поими меѓусебно и не се разликуваат.

Генерално поимот *интеркултурализам* ја нагласува важноста од меѓусебна соработка, интеракција комуникација и меѓусебно прифаќање на различните културни групации помеѓу себе.³² Додека *мултикултурализмот*, повеќе се однесува на политика која го поддржува принципот на културна различност и го поддржува правото на различни културни и етнички групи да ги задржат карактеристичните културни идентитети обезбедувајќи нивен правичен пристап до сите сфери на општеството, независно дали станува збор за малцинска или мнозинска заедница во едно општество.³³

Развојот на интеркултурализмот не евозможен без развивање на соодветни навики на однесување кај луѓето. Соодветниот тип на однесување е она по што трагаат современите општества и токму претприемничкото однесување може да допринесе многу во оваа насока.

Претприемништвото како алатка за надминување на различностите

Ако културните, религиските, етничките и други заедници ги сфатиме како еден вид на ентитети создадени од хомогена структура која има свои граници во кои се оптега, тогаш нивното функционирање во голем дел може да се поистовети со функционирањето на претпријатијата. Па ако во економијата имаме конкуренција на пазарот, тогаш не треба да не изненадува и фактот дека историски гледано постојат обиди да едни народи се прогласуваат за посупериорни од други, се генерираат опасности за верски војни, па дури имаме и тензични односи на превласт и триумфализам помеѓу етнички заедници и во рамки на една држава.

Она што претприемничкото однесување го нуди како можност е од ваквиот однос на судир и кокурирање на различните ентитети да не се изродат негативни екстерналии, и наместо нив да имаме раст и развој.

За тоа дека културната позадина може да има свое влијание врз политиките на економските субјекти зборуваеме претходно. Во случајов, она што нас не интересра е обратната врска според која претприемништвото е тоа кое може да влијае врз надминување на конфликтите произлезени од различните култури. И до сега имаме искуство со користење на механизмите на претприемништвото во за влијаење врз одредени општествени појави. Типичен пример за тоа е на пр. социјалното претприемништво кое ги третира маргиналните групи и кое во својата суштина е познато како механизам³⁴ кој служи не само за решавање на оние проблеми кои не може да ги реши системот на државата, туку помага во решавањето на проблемите кои државата ги генерира.³⁵

Имено, по претходно изнесените бројни дефиниција за претприемништвото може да се заклучи дека во суштина тоа претставува специфичен начин на однесување на претпријатијата, кој се темели на своите основни карактеристики³⁶ како што се³⁷: иновативност, проактивност, преземање ризик, толеранција на неизвесност и сл.³⁸ Токму овие карактеристики на претприемништвото нудат можности за излегување и надминување на воспоставените обрасци на однесување, надминување на стереотипите и конфликтните ситуации, а за сметка на тоа ни нудат можности за раст и хармонија.

Иновативен пристап. Надминување на диверзитетите (културни, етнички, религиски и сл.) е возможно ако во однесувањето воведеме иновативен пристап и научиме проблемите и појавите да ги

³² Kastoryano, P. (2018). *Multiculturalism and interculturalism: redefining nationhood and solidarity*, *Comparative Migration Studies* - Springer Nature

³³ Barrett, M. (2013). *Interculturalism and Multiculturalism: similarities and differences*, Council of Europe, p. 1968 - 1971

³⁴ Briar – Lawsson, K., Miesing, P., Ramos, M.B. (2020). *Social Entrepreneurship and Enterprises in Economic and Social Development*, Oxford University Press, p. 16-17

³⁵ Магдинчева – Шопова, М (2021). *Претприемништво*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, високошколски учебник, стр. 230-242

³⁶ Cagica Carvalho, L., Reis, L., Silveira, C. (2021). *Handbook of Research on Entrepreneurship, Innovation, Sustainability and ICTs in the Post – COVID 19 Era*, IGI Global, p.190

³⁷ Магдинчева – Шопова, М (2021). *Претприемништво*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, високошколски учебник, стр. 13-21

³⁸ Wu, Y.J., Yuan, Ch., Chen, M. (2021). *From Thinker to Doer: Creativity, Innovation, Maker and Venture Capital*, Frontiers, p. 7-10

третираме на поинаков начин. Со издигнување над проблемите и размислување „надвор од кутијата“ всушност се овозможува надминување на стереотипите кои ограничуваат и креирање на решенија кои можат да обезбедат добробит за сите.

Проактивност. При надминување на конфликтни ситуации и трагање по решение особено е значајно да бидеме во можност да ги предвидиме случувањата кои следуваат. Проактивноста овозможува да се согледаат последиците од нашите постапки уште пред да ги направиме и на тој начин да контролираме и превенираме несакани дејствија.

Толерантноста кон ризик и неизвесност. Навиките во однесувањето, дејствувањето на вообичаен начин не држи во рамки на конфорната зона. Но, ако таа зона значи припаѓање на некакви заедници кои на долг рок носат поделби и конфронтации за одредени прашања мораме да научиме да ризикуваме со нешто ново во нашето однесување кои ќе не издигне над проблемите. Толерантноста кон ризик ни ја дава храброста да се одважаме да бидеме први во ваквите чекори. Ваквиот невообичаен начин на однесување со себе носи и доза на неизвесност, но доколу имаме јасна цел и истрајност тоа ќе вроди со плод.

Меѓутоа претприемничкото однесување не е само прашање на одлука, туку претпоставува и неопходност од соодветни вештини. Затоа е значајно да постои перманентно вложување во развојот на претприемачките вештини кај поединците со цел во иднина да знаат како да се носат со предизвици на културниот диверзитет. Ако интеркултурализмот го сфатиме како комплексна појава на сложени односи меѓу заедниците, тогаш претприемништвото е механизмот за справување со предизвиците кои произлегуваат од ваквите односи.

Заклучок

Економската литература одамна го третира прашањето за влијанието на религијата и културата врз водењето бизнис. Она што е предмет на елаборација во овој труд е повратното влијание според кое претприемништвото е тоа кое може да влијае врз надминување на разликите креирани од припадноста во различните заедници и културни диверзитети. По дефиниција претприемништвото претставува специфичен начин на однесување на претпријатијата кој се темели на иновативност, проактивност, преземање ризик, толеранција на неизвесност и сл, и токму ваквите карактеристики нудат можности за надминување на стереотипи и конфликтни ситуации, а за сметка на тоа ни нудат раст и хармонија. Токму затоа ако интеркултурализмот го сфатиме како комплексна појава на сложени односи меѓу заедниците, тогаш претприемништвото е механизмот за справување со предизвиците кои произлегуваат од ваквите односи.

Користена литература

1. Barrett, M. (2013). *Interculturalism and Multiculturalism: similarities and differences*, Council of Europe, p. 1968 – 1971
2. Briar – Lawsson, K., Miesing, P., Ramos, M.B. (2020). *Social Entrepreneurship and Enterprises in Economic and Social Development*, Oxford University Press, p. 16-17
3. Cagica Carvalho, L., Reis, L., Silveira, C. (2021). *Handbook of Research on Entrepreneurship, Innovation, Sustainability and ICTs in the Post – COVID 19 Era*, IGI Global, p.190
4. Council of Europe (2008). *White Paper on Intercultural Dialogue*, Strasburg
5. K. McCraw, T. (2007). *Prophet of Innovation*, Harvard University Press, p. 3
6. Kastoryano, P. (2018). *Multiculturalism and interculturalism: redefining nationhood and solidarity*, Comparative Migration Studies - Springer Nature
7. Wu, Y.J., Yuan, Ch., Chen, M. (2021). *From Thinker to Doer: Creativity, Innovation, Maker and Venture Capital*, Frontiers, p. 7-10
8. Магдинчева – Шопова, М (2021). *Претприемништво*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, високошколски учебник, стр. 12
9. Серафимовска, Х., Поповски, В. (2017). *Иновации и претприемништво*, 2 Август – Штип, високошколски учебник, стр. 113
10. Ташков, Н., Митрева, Е. (2014). *Организациско однесување*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, учебник, стр. 146-164
11. Фити Т., Хаџи Василева-Марковска В., Бејтмен М. (2007). *Претприемништво*, Економски факултет, Скопје. високошколски учебник, стр. 57

СЕБЕИСТРАЖУВАЊЕТО И ИСТРАЖУВАЊЕТО НА ОКРУЖУВАЊЕТО ВО ПРОЦЕСОТ НА УПРАВУВАЊЕ СО КАРИЕРАТА

Александра Жежова

Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет Гоце Делчев, Штип

aleksandra.zezova@ugd.edu.mk

Апстракт

Истражувањето на кариерата претставува прибирање и анализа на информации за прашањата поврзани со кариерата. Преку овој процес може да се добијат информации за сопствените карактеристики (себеистражување), како и информации во врска со опкружувањето: занимањата, работните места, организациите и семејството. Целта на истражувањето на кариерата е да му помогне на поединецот да развие поголема свесност за себе и за своето опкружување, со цел да може да постави реалистични цели и да осмисли соодветни стратегии. Активностите во доменот на истражување на кариерата станаа особено значајни во последниве години во кои зголемената неизвесност и намалената сигурност на работното место бараат од луѓето да бидат приспособливи и флексибилни во пристапите кон управувањето со кариерата. Ако се познавате себеси и ако го сфатите своето работно опкружување, тоа може да ви помогне да поставите разумни и значајни цели, како и да ве подготви за промените во кариерата, без оглед на тоа дали тие промени ќе бидат планирани или не. Всушност, способноста да се биде подготвен за промени и за нарушувања во кариерата, е суштината на управувањето со „безграничната“ кариера.

Клучни зборови: себеистражување, кариера, истражување на опкружувањето

Abstract

Career research is the collection and analysis of information on career-related issues. Through this process, information can be obtained about one's own characteristics (self-research), as well as information about the environment: occupations, jobs, organizations, and family. The purpose of career exploration is to help the individual develop a greater awareness of himself and his environment in order to be able to set realistic goals and devise appropriate strategies. Activities in the domain of career exploration have become particularly important in recent years in which increasing uncertainty and decreasing job security require people to be adaptable and flexible in their approaches to career management. Knowing yourself and understanding your work environment can help you set reasonable and meaningful goals and prepare you for career changes, whether those changes are planned or not. In fact, the ability to be prepared for change and disruption in one's career is the essence of managing a "boundaryless" career.

Keywords: self-exploration, career, environmental exploration

Вовед

Кога лицето се впушта во себеистражување, настојува да дојде до информации за најразлични лични карактеристики и ставови што се релевантни за донесувањето одлуки во врска со кариерата. Во лични карактеристики може да спаѓаат вредностите, интересирањата, цртите на личноста, талентите или способностите, преференциите за животниот стил, како и сите слабости или недостатоци. За да може лицето да развие јасен кариерен идентитет и за да може да постави значајни цели во кариерата, од суштествено значење е да сфати што точно сака од работните улоги и од улогите надвор од работата и кои вештини и способности може да се користат (или да се развијат) во работната средина. Планираниот исход од процесот на себеоценување е свесноста за себе си, односно развивање релативно целосна слика за сопствените особини.³⁹ Со оглед на значењето што го имаат себеистражувањето и свесноста за себе за процесот на управување со кариерата, подетално ќе ги разгледаме вредностите, интересирањата, цртите

³⁹ Singh, R. (2006). Self-awareness. In Greenhaus & Callanan.

на личноста, способностите и преференциите во однос на животниот стил. Иако за многумина работата е многу важно нешто, сепак, таа е само една од многубројните важни улоги во животот. Каков вид семеен живот сакате? На каков начин можете да ги изразите духовните потреби? Како може вашите активности во локалната заедница или во слободното време да ги задоволат вашите основни вредности? Колку ви е важно во вашиот севкупен живот да се искачите во хиерархијата на вашата организација и да заработувате многу пари? Накратко речено, кој вид животен стил го посакувате? Деталната анализа на ангажманите надвор од работата е многу важна од неколку причини.

Вредности се верувања во врска со квалитетите на човековиот живот или видовите активности што сака да ги оствари поединецот.⁴⁰ Со нив се нагласуваат индивидуалните разлики во преференциите за награди, финансиски или други аспекти на дадено работно место или кариера.⁴¹ Луѓето, обично, ги подредуваат вредностите според нивната важност и ги користат како начин преку кој се објаснува, се координира и се оправдува однесувањето.⁴² Според некои автори, постојат шест примарни животни вредности: теоретски, економски, естетски, религиозни, социјални и политички. Додека некои, можеби, ќе му дадат висока вредност на помагањето на другите (социјална вредност) или на стекнувањето моќ (политичка вредност), други повеќе се преокупираат со создавањето убавина во светот (естетска вредност) или со откривањето нови сознанија (теоретска вредност). Веројатно, секој поединец има уникатна комбинација вредности што нему лично му се важни. Разбирањето на структурата на вредностите може да помогне во согледувањето на аспирациите во однос на кариерата. Како екстреман пример, мала е веројатноста дека лицето со силни материјални и политички вредности ќе биде среќно со занимање од кое ќе остварува ниски примања и ќе има малку можности да ги искористи лидерските вештини. Програмите за планирање на кариерата ги охрабруваат поединците внимателно да ги анализираат сопствените вредности. Луѓето можат да дознаат повеќе за своите вредности ако ја анализираат историјата на својот живот, ги идентификуваат видовите одлуки за кариерата што ги донеле и ако ги испитуваат причините што стоеле зад овие одлуки. Ваквите неформални анализи често се дополнуваат со поструктурирани инвентари на вредности (value inventories).⁴³ Интересирањата се однесуваат на допаѓање и на недопаѓање на конкретни активности или предмети.⁴⁴ Значи, интересирањата го покажуваат тоа што сака да го прави лицето и произлегуваат од фактори, како што се вредностите, семејниот живот, социјалната класа, културата и физичкото опкружување. Иако ги одразуваат вредностите, интересирањата се поврзуваат со конкретни задачи, односно активности. На пример, можеби, две лица еднакво ќе го вреднуваат изразувањето, креативност во нивната работа. Додека едно лице, можеби, ќе има силни научни интересирања, а другото ќе биде заинтересирано за книжевни активности, двете групи интересирања може да му служат на поширокото вреднување на креативноста кај секое лице одделно. Разбирливо, лицата што избираат области во кариерата што се компатибилни со нивните интересирања, обично, се позадоволни од лицата чија избрана кариера е некомпатибилна со нивните интересирања, при што усогласеноста меѓу интересирањата и изборот на кариера се поврзува со подоцнежното задоволство во работата и стабилноста на работното место.⁴⁵

Фактори на личноста

Голем број спроведени истражувања покажале дека постојат пет основни фактори на личноста.⁴⁶ Петте фактори најчесто се класифицираат како екстравертност, согласување, совесност, емоционална стабилност и отвореност за искуства.

1. Екстравертноста го покажува степенот до кој лицето бара интерперсонална стимулација. Лицата со висок степен на екстравертност бараат ситуации во кои може да стапат во интеракција со други лица. Лицата со низок скор на оваа димензија се поинтровертни, тивки и резервирани.

⁴⁰ Hartung, P. J. (2006). Values. In Greenhaus & Callanan.

⁴¹ Betz, N. E., Fitzgerald, L. F., & Hill, R. E. (1989). Trait-factor theory: Traditional cornerstone of career theory. In M. B. Arthur, D. T. Hall, & B. S. Lawrence (Eds.), *Handbook of career theory*. Cambridge, UK: Cambridge University Press; Super, D. E., & Bohn, M. J., Jr. (1970). *Occupational psychology*. Belmont, CA: Wadsworth.

⁴² Hartung (2006), Values. In Greenhaus & Callanan.

⁴³ Allport et al. (1960); Rokeach, M. (1973). *Nature of human values*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press; Super, D. E. (1970). *Work Values Inventory*. New York: Houghton Mifflin; Zytowski, D. G. (2006). *Work values*. In Greenhaus & Callanan.

⁴⁴ Borgen, F. H. (2006). Interests. In Greenhaus & Callanan.

⁴⁵ Betz et al. (1989); Oleski, D., & Subich, L. M. (1996). Congruence and career change in employed adults. *Journal of Vocational Behavior*.

⁴⁶ Dilchert, S., Ones, D. S., Van Rooy, D. L., (2006). Big Five factors of personality, Greenhaus & Callanan.

2. Согласноњето се однесува на индивидуални карактеристики како привлечност, љубезност, учтивост и внимателност. Лицата со висок скор на оваа димензија се опишуваат како пријателски настроени, кооперативни, чувствителни, грижливи и заинтересирани да им помагаат на другите. Лицата со низок скор на оваа димензија се насочени кон себеси.

3. Совесност претставува збир од индивидуални особини што се однесуваат на постигнувањето, сигурноста и на упорноста. Лицата со висока изразеност на оваа димензија, обично, се организирани, почитуваат правила и норми и се ориентирани кон целта. Лицата со ниска совесност се неодговорни, несигурни и помалку организирани.

4. Емоционална стабилност се однесува на тенденцијата на поединецот да остане смирен и концентриран. Емоционално стабилните лица најчесто се самоуверени, смирени и ослободени од стрес.

5. Отвореноста за искуства ги опишува индивидуалните разлики во поглед на толеранцијата и привлекувањето на непознати ситуации. Лицата со висок скор на оваа димензија се имагинативни, креативни и проникливи. Повеќе преферираат комплексност и промена отколку познати и стабилни ситуации. Наспроти ова, лицата со понизок скор се опишуваат како поконвенционални, порационални и помалку имагинативни. Општо земено, „Големите пет“ димензии („Big Five“ dimensions) служат како основа за инвентарите на личноста што ги користат луѓето за собирање информации за себе, а организациите за избор на кадри, за развој на вработените и за индивидуални процени. Способностите на лицето се уште една значајна компонента што треба да се земе предвид при управувањето со кариерата. Способностите (или талентите) се однесуваат на потенцијалите, капацитетите или на вештините што му овозможуваат на лицето (понекогаш со соодветна обука и развој) да извршува широк спектар работни задачи.⁴⁷ Поради тоа, способностите можат да постават ограничувања пред нашите потенцијални остварувања; јасно е дека мора да ги имаме предвид нашите способности и таленти кога донесуваме одлуки поврзани со кариерата. За жал, многумина избираат занимања или работни места што од нив бараат способности што тие не ги поседуваат или што не им овозможуваат да ги искористат потенцијалите што ги имаат. Поради тоа, во многубројните програми за планирање на кариерата им се дава можност на учесниците сами да ги оценат сопствените силни и слаби страни. Способностите и талентите можат да се оценат и со анализа на постигнувањата во училиштето, на работното место и во други делови од нашите животите. Вредностите, интересирањата, личноста и способностите се заемно поврзани низ повеќе аспекти.⁴⁸

Прво, како што е споменато во претходниот текст, интересирањата имаат свој корен во подлабоките вредности. Меѓутоа, точно е дека интересирањата се поврзани со способностите.⁴⁹ Најчесто луѓето уживаат во оние активности во кои се успешни. Низ практиката, исто така, може да станат успешни во активностите во кои уживаат. Поради тоа, иако можеби е практично меѓу себе да се одвојат вредностите, интересирањата, личноста и способностите, во еден момент тие ќе мора да се согледаат како кохерентна целина.

Разгледување на потребите надвор од работата

Прво, веројатно е тешко или невозможно некои основни вредности да се реализираат низ работата. Второ, некои кариерни области или работни места можат да одземат толку време или емоции, што од нив останува многу малку за приватниот живот. На пример, за родител што силно ѝ е посветен на активността тренер на фудбалскиот тим на своето дете, работното место што налага голем број деловни патувања ќе биде фрустрирачко. Трето, важноста на активностите надвор од работата и во слободното време може да флукуира со текот на животот. Луѓето мора да бидат свесни за ваквите промени ако сакаат да донесат одлуки за кариерата што ќе бидат усогласени со колку што е можно поголем број сегменти од животот. Засега е важно да се утврди дека точната слика за сопствените аспирации во полето на работата и надвор од него би требало да доведе до свесност за посакуваниот животен стил што лицето тежнее да го оствари; односно задоволителен модел на вклученост во работата и надвор од неа. За да се сфати посакуваниот животен стил, треба да се даде одговор на следниве прашања:

⁴⁷ Rotundo, M. (2006). Abilities. In Greenhaus & Callanan.

⁴⁸ Ackerman, P. L., & Beier, M. E. (2003). Intelligence, personality, and interests in the career choice process. *Journal of Career Assessment*; Larson, L. M., Rottinghaus, P. J., & Borgen,

F. H. (2002). Meta-analyses of Big Six interests and Big Five personality factors. *Journal of Vocational Behavior*.

⁴⁹ Randahl, G. J. (1991). A typological analysis of the relations between measured vocational interests and abilities. *Journal of Vocational Behavior*, Swanson, J. L. (1993). Integrated assessment of vocational interests and self-rated skills and abilities. *Journal of Career Assessment*

- Кои се моите значајни животни вредности?
- Каков вид активности ми се допаѓаат/не ми се допаѓаат?
- Кои се моите способности и кои мои способности се важни и имаат значење за мене?
- Кои мои вредности, интересирања и способности можам најдобро да ги реализирам во светот на работата?
- Кои мои вредности, интересирања и способности можам најдобро да ги реализирам надвор од работата?
- Како можам да постигнам рамнотежа меѓу своите работни активности и активностите надвор од него и да ги изразам своите најважни вредности, интересирања и способности?

Покрај овие прашања, при донесувањето одлуки за кариерата, лицето мора да ги земе предвид и своите интересирања во доменот на слободното време. Во истражувањата се идентификувани четири различни категории слободни активности: уметнички и интелектуални интересирања (на пример, градинарство, готвење, занаети, пишување и танцување), натпреварување и спорт (на пример, игри со карти, тимски спортови и индивидуални спортови), социјални активности (на пример, посетување забави, купување и дружење со пријателите) и активности на отворено (на пример, лов, риболов, кампирање, авантуристички спортови). Очигледно е дека страста за конкретна активност во слободното време има значајна улога во одлуките за кариерата. Многу едноставен, но јасен пример, ако лицето ужива и му е посветено на сурфањето, најверојатно ќе биде несреќно на работно место што се наоѓа далеку од океанот.

Техники за ефективно себеистражување

Првиот чекор при себеценувањето е да се соберат податоци за сопствените вредности, интересирања, црти на личност, способности, преференции на животен стил и склоности кон слободни активности. Постојат најразлични техники за собирање информации и различни извори на податоци. Општо земено, техниките и изворите можат да се поделат на четири општи категории: инструменти за индивидуална процена, пристапи за интегрирано планирање на кариерата, организациски програми и неформални средства за процена.

Процена на вредностите

Лицето ги рангира вредностите на секоја листа врз основа на тоа колку секоја од нив му е значајна како насочувачки принцип во животот. Во првата листа се содржани т.н. терминални вредности, односно вредности што се однесуваат на она што лицето го посакува од животот, додека на втората листа се наоѓаат инструментални вредности што упатуваат на начините на однесување во светот. Значаен аспект на овој инструмент е релативното подредување на вредностите во смисла дека лицето мора да се потпре врз сопствениот внатрешен вредносен систем што го насочува при одлуките што ги донесува. Инвентар за работни вредности – ревидирана верзија (Work Values-Revised) (SWVI-r), првично осмислена од Доналд Супер, го мери релативното значење на одреден број вредности поврзани со работата и за кои се смета дека се најважни при донесувањето на одлуките за кариерата и при развојот на кариерата.⁵⁰ Се оценуваат вкупно 12 работни вредности, при што се добива профил во кој овие 12 вредности се прикажани редоследно според важноста што ја имаат за лицето. Студијата за вредности на Олпорт-Вернон-Линдзи (Allport-Vernon-Lindzey Study of Values – SOV), првично осмислена во 1931 година, одамна е постојна алатка за оценување на работните вредности.⁵¹ Студијата за вредности (SOV) идентификува шест вредносни ориентации; теоретска (откривање на вистината), економска (тоа што е полезно), естетска (форма и хармонија), социјална (љубов кон луѓето), политичка (моќ во сите области) и религиозна (единство на животот). Испитаникот треба да одговори на прашања со кои се опишуваат различни познати животни ситуации. Студијата за вредности (SOV) ја мери релативната изразеност на секоја од шесте вредносни ориентации врз основа на одговорите на овие прашања.

Процена на интересирањата

Општите професионални теми се темелат врз шесте основни професионални интересирања на Холанд. Триесетте Основни скали на интересирања од инвентарот на Стронг (SII) ги мерат изразеноста и конзистентноста на интересирањата на лицето за конкретни области, на пример, истражувачки или уметнички активности. Истражување насочено кон себеси (Self Directed Search – SDS) и Инвентарот на професионални преференции (Vocational Preference Inventory – VPI) се други два инструмента за процена, чиј автор е Џон Холанд (John Holland), кои имаат широка примена при индивидуалното

⁵⁰ Zytowski, D. G. (2006). Work Values Inventory. In Greenhaus & Callanan.

⁵¹ Kopelman, R. E., & Rovenpor, J. L. (2006). Allport-Vernon-Lindzey Study of Values. In Greenhaus & Callanan.

себеистражување.⁵² Двата инструмента концептски се слични на Инвентарот на интересирања на Стронг, во смисла дека делумно се темелат врз замислата дека добро приспособените и задоволни поединци во рамките на конкретни професионални полиња поседуваат слични психолошки карактеристики, интересирања и преференции. Сите три инструменти – SII, VPI и SDS – се обидуваат да го измерат индивидуалниот збир на интересирања, а потоа да го поврзат со конкретни занимања што им носат задоволство на лицата со ист збир на интересирања. Исто така, како Инвентарот на интересирања на Стронг (SII), така и Инвентарот на професионални преференции (VPI) и Истражувањето насочено кон себеси (SDS), ги користат шесте главни типа интересирања на Холанд, како врска меѓу индивидуалните карактеристики и конкретните занимања. Фундаменталната ориентација кон меѓучовечки односи – однесување (Fundamental Interpersonal Relations Orientation-Behavior – FIRO-B) е алатка за проценка на влијанието на потребите на лицето врз неговото однесување кон другите луѓе.⁵³ Алатката FIRO-B дава информација за компатибилноста на лицето со други луѓе, како и за соодветните индивидуални карактеристики. Во суштина, со FIRO-B се оценуваат три потреби за меѓучовечки односи, и тоа: Вклученост, односно степен на контактирање и давање важност што лицето ја бара и ја посакува од други, Влијание, односно степен на моќ или на доминација што лицето го бара и го посакува од други и приврзаност, односно степен на блискост што лицето ја бара и ја посакува од други.

Процена на личноста

Тип индикатор на Маерс-Бригс (Myers-Briggs Type Indicator – MBTI) бил конструиран од тим составен од мајка и ќерка, Кетрин Бригс (Katherine Briggs) и Изабел Маерс (Isabel Myers). Врз основа на работата на швајцарскиот психијатар Карл Јунг (Carl Jung), тестот на Маерс-Бригс (MBTI) нуди полезна мерка за личноста со тоа што анализира осум меѓусебно одвоени преференции што ги користат сите луѓе во различни ситуации. Осумте типа се организирани во четири биполарни скали. Четирите преференции што се идентификуваат како такви што најмногу се однесуваат на лицето (по една од секоја скала) се комбинираат во она што се нарекува тип. Овие четири димензии на личноста го покажуваат начинот на кој лицето изведува енергија, како лицето перципира информации, како донесува одлуки и каков животен стил преферира. Скалата за изведување енергија има две категории екстравертност и интровертност. Екстравертните лица имаат афинитет да ја црпат енергијата од надворешниот свет, т.е. од другите луѓе, активности или предмети. Интровертните лица ја црпат енергијата од сопствениот внатрешен свет на идеи, емоции или импресии. Двете категории на димензијата перцепција се наречени разумност и интуиција. Разумните лица претпочитаат да собираат информации преку петте сетила, така што го забележуваат она што е актуелно. Интуитивните лица собираат информации преку „шестото“ сетило и забележуваат кои можности се достапни.

Интегрирани пристапи кон себеистражувањето

Постојат неколку софистицирани и интегрирани методи за вокациска проценка (vocational assessment) осмислени со цел да го поттикнат индивидуалниот раст во доменот на планирањето на кариерата и во доменот на донесувањето одлуки за кариерата. Иако централниот фокус во повеќето од овие системи е ставен врз примарните методи за проценка за кои стана збор претходно во ова поглавје, крајната цел е поединецот да мине низ процесот на себеистражување и да дојде до ниво кога ќе биде посигурен за насоката на студирање или на можните патеки на кариерата. Интегрираните програми за себеистражување може да се понудат на различни места, на пример, во училиница, во канцеларија на советник, во канцеларија за класификација на ресурси на кариерата, на веб-страницата или во одделението за човечки ресурси во рамките на организацијата. Компјутерски базираните системи за поддршка во кариерата овозможуваат ефикасен и персонален пристап кон информациите потребни за себеистражување.⁵⁴

Еден од најефикасните начини преку кој возрасните вработени лица можат да го подобрат разбирањето на сопствените интересирања и способности се програмите за помагање при управување со кариерата што се нудат на работа. Во идеална смисла, од програмата што ја финансира организацијата не треба да има полза само вработениот туку и компанијата. Различни истражувачи имаат забележано неколку организациски алатки за управување со кариерата што може да го подобрат познавањето на

⁵² Reardon, R. C., & Lenz, J. G. (2006). Self-directed search (SDS). In Greenhaus & Callanan, Taber, B. J. (2006). Vocational Preference Inventory (VPI). In Greenhaus & Callanan.

⁵³ Hammer, A. L., & Schnell, E. R. (2000). FIRO-B technical guide. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press; Schnell, E. R. (2006). FIRO-B. In Greenhaus & Callanan.

⁵⁴ Kharova, S. N., & Wilderom, C.P.M. (2006). Computer-based career support systems. In Greenhaus & Callanan.

себеси на вработените во периодот на зрелост.⁵⁵ Во натамошниот текст следува краток профил на секоја техника одделно.

1. *Работилници за планирање на кариерата.* Овие работилници се базираат на структуриран, интерактивен групен формат, во кој учесниците формулираат, споделуваат и меѓусебно дискутираат за лични податоци во врска со фактори, како што се силните страни, слабите страни, вредностите и други лични информации. Крајна цел на работилниците е лицата да преземат лична одговорност за својата кариера преку поставување цели во врска со својата кариера и преку спроведување планови за исполнување на тие цели.

2. *Прирачници за кариера.* Наменети се за реализација на истите основни цели како и групните работилници за кариерата, но тоа го прават на индивидуален начин со насоченост кон само едно лице, а не врз партиципативна, односно интерактивна основа. Во прирачниците се користи серија вежби и референтни материјали што го води вработениот низ неговиот индивидуален процес на процена. Исто така, прирачникот е така замислен за да го пополнува само неговиот корисник што го диктира своето темпо.

3. *Центри за процена.* Овие центри традиционално се користеле за оценување на кариерниот потенцијал на вработените, при што во фокусот првенствено било квантификувањето на потенцијалите за унапредување на избрани вработени. Во денешниот деловен свет, овие центри имаат повеќе улоги, од процена на црти на личноста и компетенции специфични за одредени работни места до одржување групни вежби преку кои поединците добиваат повратни информации за компетенциите и за постојните или потенцијално слабите страни. Во оваа смисла, резултатите од рангирањето што го врши центарот за процена може да се користат за донесување одлуки поврзани со кариерата и за потребите на развој на вработените. Оваа поцелосна перспектива, всушност, нуди процена од претпоставените, од подредените и од колегите на исто ниво, може да понуди посеопфатни информации за личните силни и слаби страни, особено во контекст на конкретната работа.⁵⁶

Истражување на опкружувањето

Себеистражувањето е суштествена состојка од ефективното управување со кариерата бидејќи од него се добиваат информации што се потребни за да се одговори на неколку сродни прашања. Зашто мислам дека е интересно? Кои се моите силни и слаби страни? Какви награди ми се важни? Што посакувам од мојот живот во доменот на работата и надвор од него? Но себеоценувањето претставува само половина од равенката. Кариерите се интегрирани во занимањата, во работните места и во организациите. Токму низ интеракција со работната средина се задоволуваат вредностите, се искористуваат способностите, се поттикнуваат интересирањата. Освен тоа, работните опкружувања се разликуваат според степенот до кој се компатибилни со личниот збир на вредности, интересирања и на способности. Претходните истражувања покажале дека компатибилноста меѓу лицето (неговите интересирања, способности, преференции итн.) и работната средина има силно влијание врз исходите, како што се задоволството од работното место, траењето на работниот ангажман и успехот во кариерата.⁵⁷ Освен ова, истражувањата одат во прилог на „гравитациското“ сфаќање на вработувањето каде што се тврди дека поединецот, во текот на своите искуства на пазарот на трудот, ќе настојува да најде работа што ќе биде компатибилна со неговите вредности, интересирања и способности. Со други зборови, поединецот настојува да најде работна позиција каде што постои добра усогласеност меѓу лицето и работата. Поради тоа, свесноста за себе треба да е придружувана со активно истражување на сопственото опкружување. Иако постојат голем број аспекти на опкружувањето, четири аспекти се особено значајни за управувањето со кариерата: занимањата, работните места, организациите и семејствата.

Целта на истражувањето на опкружувањето (environmental exploration) е да се дознае нешто повеќе за овие аспекти, со цел да можат да се донесат одлуки во врска со професионалните области, со патеките на кариерата и со различни организации. Ефективното истражување на опкружувањето би требало да му овозможи на лицето да ја идентификува средината во која со најголема веројатност може да се смета дека ќе ги исполни вредностите што му се важни и дека до израз ќе дојдат неговите интересирања, способности и префериран животен стил. Најрелевантниот аспект на опкружувањето зависи од видот на одлуката што е потребно да се донесе во дадената ситуација. Без оглед на конкретната

⁵⁵Baruch, Y. (2006). Organizational career management. In Greenhaus & Callanan.

⁵⁶ Prochaska, S. (2006). Three-hundred-sixty-degree (360°) evaluation. In Greenhaus & Callanan.

⁵⁷ Bretz, R. D., & Judge, T. A. (1994). Person-organization fit and the theory of work adjustment: Implications for satisfaction, tenure, and career success. *Journal of Vocational*.

одлука што треба да се донесе, лицето треба да го истражи потенцијалот за усогласување, односно за „спојување“ меѓу конкретно опкружување и посакуваната работа/животен стил. Внатрешното истражување на работата се состои од собирање информации поврзани со кариерата во рамките на организацијата во која е вработено лицето. Постојат повеќе алатки за развој на кариерата во организацијата што може да се искористат за собирање податоци за работните места и за можностите во конкретната организација. Овде спаѓаат програмите за интерно огласување слободни работни места, скалилата на кариера/планирањето патеки на кариерата, ресурсните центри за кариерата и интерните семинари и работилници. Другите вработени, како што се менторите и другите видови поддршка, исто така, можат да обезбедат информации за работните места и за можностите во рамките на други оддели и подружници во сопственост на компанијата. Неопходно е сфаќањето на емоционалните и на финансиските потреби на членовите на семејството, на нивните аспирации на полето на кариерата и преферирањот животен стил ако се сака да се постигне интегрирање на работата со другите области од животот.

Сфаќање на сопственото преферирано работно опкружување

Ефективното себеоценување треба да му помогне на лицето да стане посвесно за работните искуства што се значајни и интересни за него, што ќе одговараат на неговите вредности и што ќе му овозможат да ги примени оние свои способности и таленти што нему му се важни. Покрај ова, истражувањето на работното опкружување треба да доведе до запознавање на оние занимања, стопански гранки и индустриски региони што ветуваат нешто позначајно. Накратко, себеоценувањето и истражувањето на опкружувањето треба да му овозможат на лицето да создаде претстава, па макар и приближна, за своето преферирано работно опкружување. Констатацијата во врска со преферираното работно опкружување претставува сумарен приказ на она што сте го научиле во процесот на истражување. Врз основа на анализите на темите што произлегле од самопроцената, ќе треба да се обидете да го идентификувате оној вид работно опкружување што сметате дека е најкомпатибилен со вашите лични особини. Сумарниот приказ на преферираното работно опкружување треба накратко да ги опфати и следниве аспекти: кои видови задачи или активности ви се најинтересни? На пример, дали уживате во аналитички активности, во механички задачи, во тоа да им помагате на другите или во научни проекти?, какви способности и таленти сакате да применувате во вашата работа: меѓучовечки, креативни. Колкава слобода и независност посакувате во вашиот работен ангажман?. Каква улога имаат парите и сигурноста во вашиот живот?. Колку ви е важна работата во севкупниот живот и каков однос посакувате да постои меѓу вашата работа и другите аспекти од вашиот живот?.

Себеистражување и истражување на опкружувањето:

Истражувањето на кариерата овозможува свесност за себе и за опкружувањето што му помага на лицето да постави соодветни и реалистични цели во врска со својата кариера. Иако во оваа дискусија себеистражувањето е одвоено од истражувањето на опкружувањето, во практиката тие се поврзани на неколку начини. Прво, конкретна активност на истражување може да обезбеди полезни информации во врска со себеси и со опкружувањето. На пример, ако студентот прифати ангажман со скратено работно време или ангажман во летните месеци како практикант во сметководство, можеби ќе научи нешто повеќе за работниот живот на еден сметководител, а истовремено ќе ја провери компатибилноста на своите способности и интересирања со сметководствената област.⁵⁸ Од процената на работната перформанса спроведена заедно со претпоставениот, не само што можат да се добијат информации за постигнатите работни резултати и професионалниот напредок на лицето во таа организација туку од тоа можат да произлезат и алтернативни можности за идната мобилност во рамките на организацијата. Поради тоа, лицето мора да биде свесно за целиот дијапазон на информации што можат да се стекнат низ конкретна активност. Со оглед на тоа дека зголемувањето на свесноста за себе честопати е фрагментиран процес, не е практично да се заокружува задачата на запознавање на себеси пред да се почне со оценување на опкружувањето. Во реалноста, лицето треба да применува себеистражување за да го насочува истражувањето на опкружувањето и, обратно, колку повеќе некој се запознава себеси, толку е поголема веројатноста дека одредени прашања за опкружувањето ќе станат важни. Слично на тоа, колку што повеќе информации се дознаваат во врска со некое занимање, работно место или организација, толку повеќе лицето мора да размислува за релевантноста што ја имаат тие информации за неговите вредности и аспирации.

⁵⁸ Callanan, G. A., & Benzing, C. (2004). Assessing the role of internships in the career-oriented employment of graduating college students. *Education + Training*.

Заклучок

Истражувањето на кариерата може да се насочи кон подобро запознавање на себеси и кон стекнување сознанија за опкружувањето. Себеистражувањето налага собирање информации во врска со вредностите, интересирањата, цртите на личноста, способностите и со преферирањот животен стил; со организирање на овие информации во смисловни теми и со идентификување на импликациите на овие теми во смисла на наоѓање работно опкружување што најверојатно ќе овозможи реализација на вредностите, ќе овозможи интересни работни задачи каде што ќе може да се искористат индивидуалните способности и ќе се реализира посакуваниот животен стил. Истражувањето на опкружувањето може да ни помогне да дознаеме повеќе за различни занимања, организации и стопански сектори, како и за потребите и за желбите на нашето семејство. Двете форми на истражување – на себеси и на опкружувањето – можат меѓусебно да се поткрепуваат низ сугерирањето различни области во кои треба да собираме дополнителни информации.

Постојат неколку специфични техники чија цел е да се зголеми свесноста за себе, а сите наложуваат собирање податоци или информации за себеси, организирање на тие податоци во смисловни и во разбирливи теми, како и толкување на овие теми низ призмата на нивните импликации за донесувањето одлуки во врска со кариерата. Тука спаѓаат: Прибирање на податоци, Инструменти за индивидуална процена, Примена на моделот на истражување на кариерата, Промена на вредностите и Процена на интересирањата. Прашалниците за вредности, инвентарите на интересирања, тестовите на личност, тестовите на способности и други алатки за процена може да бидат особено полезни за советувањето во доменот на кариерата, не само кај младите лица што ја донесуваат првичната одлука во врска со кариерата туку и кај возрасните лица што не се задоволни од својот актуелен работен ангажман или што размислуваат да ја променат кариерата. Но, сепак, психолошките тестови и другите инструменти за процена имаат ограничувања. Тие не се наменети да бидат, ниту треба да се користат како дефинитивен одговор во насочувањето на чија било кариера. Во нефомалното себеистражување повеќе активности за себеоценување како што се Писмено интервју, дваесет и четиричасовен дневни, колаж за приказ на животен стил и др. Постојат и повеќе книги и други медиуми за самопомош што се достапни во продажба и кои се осмислени да му помогнат на поединецот подобро да се разбере себеси. Исто така, важно е резултатите од сопствените активности на истражување на себеси неформално да се споделат со други лица во кои се има доверба, како уште еден начин да се здобијат со дополнителни информации. Овие лица од доверба може да бидат родителите, брачниот партнер или некое друго важно лице, други членови на семејството, блиски пријатели, колеги и претпоставени. Меѓу себеистражувањето и истражувањето на опкружувањето постои реципрочен однос; едното може и треба да влијае врз насоката на другото. На пример, оправдано е лицето да се занимава со себеистражување пред да почне детално да го истражува опкружувањето. Свесноста за себеси, односно за сопствените интересирања, вредности, способности и преференции за животен стил може да биде насока во барањето информации за одредено занимање, работно место или организација. Себесвесноста, исто така, нуди рамка и за истражувањето на опкружувањето. Ако не постои доволно разбирање на себеси, опсежното истражување на опкружувањето, најверојатно, ќе биде бесцелно и произволно.

Користена литература:

Ackerman, P. L., & Beier, M. E. (2003). Intelligence, personality, and interests in the career choice process. *Journal of Career Assessment*; Larson, L. M., Rottinghaus, P. J., & Borgen, F. H. (2002). Meta-analyses of Big Six interests and Big Five personality factors. *Journal of Vocational Behavior*.

Allport, G. W., Vernon, P. E., & Lindzey, G. (1960). *Study of values: A scale for measuring dominant interests in personality*. Boston: Houghton Mifflin.

Borgen, F. H. (2006). Interests. In Greenhaus & Callanan.

Betz, N. E., Fitzgerald, L. F., & Hill, R. E. (1989). Trait-factor theory: Traditional cornerstone of career theory. In M. B. Arthur, D. T. Hall, & B. S. Lawrence (Eds.), *Handbook of career theory*. Cambridge, UK: Cambridge University Press; Super, D. E., & Bohn, M. J., Jr. (1970). *Occupational psychology*. Belmont, CA: Wadsworth

Dik, B. J. (2006). Strong Interest Inventory. In Greenhaus & Callanan; Strong, E.K. (1943). *Vocational interests of men and women*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Dilchert, S., Ones, D. S., Van Rooy, D. L., & Viswesvaran, C. (2006). Big Five factors of personality. In Greenhaus & Callanan

- Durrance, J. C. (1991). Kellogg funded education and career information centers in public libraries. *Journal of Career Development*; Tice, K. E., & Gill, S. J. (1991). Education information centers: An evaluation. *Journal of Career Development*.
- Greenhaus, J. H., & Sklarew, N. D. (1981). Some sources and consequences of career exploration. *Journal of Vocational Behavior*.
- Holland, J. L. (1997) *Making vocational choices* (3rd ed.). Odessa, FL: Psychological Assessment Resources; Shahnasarian, M. (2006). Holland's theory of vocational choice. In Greenhaus & Callanan
- Kopelman, R. E., Rovenpor, J. L., & Guan, M. (2003). *The Study of Values: Construction of the fourth edition*. *Journal of Vocational Behavior*.
- Prochaska, S. (2006). Three-hundred-sixty-degree (360°) evaluation. In Greenhaus & Callanan.
- Randahl, G. J. (1991). A typological analysis of the relations between measured vocational interests and abilities. *Journal of Vocational Behavior*, Swanson, J. L. (1993). Integrated assessment of vocational interests and self-rated skills and abilities. *Journal of Career Assessment*
- Reardon, R. C., & Lenz, J. G. (2006). Self-directed search (SDS). In Greenhaus & Callanan, Taber, B. J. (2006). *Vocational Preference Inventory (VPI)*. In Greenhaus & Callanan.
- Rotundo, M. (2006). Abilities. In J. H. Greenhaus & G. A. Callanan (Eds.), *Encyclopedia of career development*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Schwartz, S. E. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology: An International Review*.
- Singh, R. (2006). Self-awareness. In Greenhaus & Callanan
- Strack, S. (1995). Relating Millon's basic personality styles and Holland's occupational types. *Journal of Vocational Behavior*; Tokar, D. M., & Swanson, J. L. (1995). Evaluation of the correspondence between Holland's vocational personality typology and the five-factor model of personality. *Journal of Vocational Behavior*.

OPTIMAL TAXATION WITHOUT STATE-CONTINGENT DEBT, THE RAMSEY ALLOCATION FOR A GIVEN MULTIPLIER, AND TAX SMOOTHING OF CONSUMPTION AND TAXES IN COMPLETE AND INCOMPLETE MARKETS

Dushko Josheski* Natasha Miteva* Tatjana Boshkov*

Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University, Stip, North Macedonia

Abstract

This paper illustrates optimal fiscal and monetary policies without state-contingent debt as in Aiyagari, Marcet, Sargent, and Seppälä (2002) and the issue of competitive equilibrium with distorting taxes, tax smoothing as in Barro (1979) but without state-contingent debt, and Ramsey problem without state-contingent debt. Numerical model of optimal taxation without state-contingent debt proves that the total resources available to the government (from taxes) are entirely used for consumption purposes, possibly reflecting a scenario where government spending equals tax revenue, and there is no debt accumulation. Optimal taxation without state-contingent debt shows that the contact between tax rate and debt is of 0th-order: The curves touch at a point but don't necessarily have the same tangent or curvature at that point. The tax rate curve is convex (minimum), debt curve is concave (maximum).

Keywords: AMSS model, without state-contingent debt, tax smoothing, complete markets, incomplete markets

JEL codes:H21, H63

Introduction

Our main reference paper is that by [Aiyagari, Marcet, Sargent, and Seppälä \(2002\)](#) (hereafter, AMSS) studied optimal taxation in a model without state-contingent debt. In order to recover a version of Barro's random walk tax-smoothing outcome model, AMSS modify economy of [Lucas, Stokey \(1983\)](#)⁵⁹ to permit-only risk free debt⁶⁰. [Barro \(1979\)](#) embraced an analogy with a permanent income model of consumption to conjecture that debt and taxes should follow random walks, regardless of the serial correlations of government expenditures, see [Hansen, Roberds, and Sargent \(1991\)](#). [Barro \(1979\)](#), has formalized the idea that taxes should be smooth by saying that they should be a martingale, regardless of the stochastic process for government expenditures, see [Sargent, Velde \(1998\)](#). [Barro \(1979\)](#) model is about government that borrows and lends to help it minimize an intertemporal measure of distortions caused by taxes⁶¹. The consumption model that inspired [Barro \(1979\)](#) assumes consumer in incomplete markets⁶² setting and adjusting by holding of a risk-free asset to smooth consumption across time and states. By assuming complete markets, [Lucas, Stokey \(1983\)](#) disrupted [Barro\(1979\)](#) analogy. This paper will investigate optimal taxation problems in an incomplete market setting. By permitting only risk-free government borrowing, we revitalize parts of Barro's consumption-smoothing analogy, same as in [Aiyagari, Marcet, Sargent, and Seppälä \(2002\)](#). Optimal taxation is the study of how a government can design a tax system to achieve certain objectives, such as maximizing social welfare or minimizing economic distortions. State-contingent debt refers to government debt whose repayment depends on the state of the economy (e.g., GDP-linked bonds). When such debt is unavailable, the government must design tax policies that are robust to various economic conditions. Research on optimal taxation includes: optimal income taxation theories are subject of investigation following the classic paper in public finance by [Mirrlees \(1971\)](#), and the models of [Sadka \(1976\)](#), [Seade.\(1977\)](#), [Akerlof \(1978\)](#), [Stiglitz \(1982\)](#), [Diamond \(1998\)](#), and [Saez \(2001\)](#) , [Piketty-Saez-Stantcheva \(2014\)](#), all related to the

* Dushko Josheski, Associate professor Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University, Stip, North Macedonia, dusko.josevski@ugd.edu.mk ; ORCID: 0000-0002-7771-7910

* Natasha Miteva, Associate professor, Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University, Stip, North Macedonia, natasa.miteva@ugd.edu.mk

* Tatjana Boshkov, Professor, Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University, Stip, North Macedonia, tatjana.boskov@ugd.edu.mk

⁵⁹ [Lucas and Stokey \(1983\)](#) found that taxes should be smooth, not by being random walks, but in having a smaller variance than a balanced budget would imply.

⁶⁰ Risk-free debt is deeply embedded in financial markets as short-hand for high-quality liquid debt that typically retains its value over time. Also, it's referred to as debt that has a zero chance of defaulting.

⁶¹ Barro's 1979 model looks a lot like a consumption-smoothing model

⁶² Incomplete markets are those in which perfect risk transfer is not possible. Despite the ever-increasing sophistication of financial and insurance markets, markets remain significantly incomplete, with important consequences for their participants: workers and homeowners remain exposed to risks involving labor income, property value, and taxes, investors and portfolio managers have limited choices, and traders of derivative securities must bear residual risks, see [Staum\(2007\)](#).

classic paper by [Mirrlees \(1971\)](#). The government chooses a tax policy that equates the marginal utility of consumption to the marginal cost of raising public funds (given by the Lagrange multiplier). First-Best vs. Second-Best: In a first-best world with lump-sum taxes, the optimal policy would avoid any distortions. In the second-best world, where lump-sum taxes are not available, the government must balance the trade-off between efficiency and equity. In the context of [Barro 1979](#), tax smoothing refers to the idea that governments should adjust tax rates gradually to smooth out fluctuations in government spending over time, rather than making frequent changes in tax policy in response to short-term fluctuations in revenue or expenditure. According to the tax-smoothing hypothesis⁶³, the government sets the budget surplus equal to expected changes in government expenditure, see [Adler \(2006\)](#), and [Josheski, D., Miteva, N.; Boskov, T. \(2024\)](#). Tax smoothing is the concept that governments should minimize the variability of tax rates over time to reduce economic distortions. The idea is to spread tax burdens evenly over time rather than imposing high taxes during economic downturns and low taxes during booms. In Complete Markets: All future risks can be hedged with financial instruments. The government can fully smooth taxes over time by issuing state-contingent debt. While in Incomplete Markets: Some risks cannot be hedged, leading to potential tax volatility. The government must find a balance between current and future taxation. In the tradition of neoclassical economics on optimal fiscal policy of [Ramsey \(1927\)](#), [Barro \(1979\)](#), and [Lucas and Stokey \(1983\)](#), it has been emphasized that, when taxation is distortionary, societal welfare is being maximized if the government smooths taxes across different period of time and different realizations of uncertainty. Tax Smoothing in Complete Markets: The government can maintain a relatively stable tax rate over time by issuing state-contingent debt, allowing for consumption smoothing across different economic states. Tax Smoothing in Incomplete Markets: The absence of state-contingent debt means the government may need to adjust tax rates more frequently to respond to economic conditions, leading to less smoothing of consumption and potentially higher welfare losses. How these concepts can be implemented? Barro's Tax Smoothing Hypothesis: The government should aim to keep tax rates constant over time, adjusting borrowing and spending instead of changing tax rates frequently. This minimizes the distortions caused by fluctuating tax rates. Consumption Smoothing: In a tax-smoothing scenario, households' consumption paths are relatively stable, as the government adjusts other fiscal instruments to absorb shocks. This paper will explore these issues and will provide numerical examples for optimal taxation without state-contingent debt followed by some meaningful conclusions. The primal approach to optimal taxation should follow [Ramsey \(1927\)](#) tradition⁶⁴, who thinks of optimal tax problem in economy with representative agent only when distortionary taxes are available. The general equilibrium traditions stems from: [Cass \(1965\)](#), [Koopmans \(1965\)](#), [Kydland, Prescott \(1982\)](#), [Lucas and Stokey \(1983\)](#), see also [Chari, Kehoe \(1991\)](#). So, in summary about optimal taxation without State-Contingent Debt: The government aims to design a tax policy that is robust to economic fluctuations, minimizing distortions while maintaining budget balance without the flexibility offered by state-contingent debt. And as for the tax smoothing: it aims to keep tax rates stable over time to reduce economic distortions. In complete markets, this is more feasible due to the availability of state-contingent debt, while in incomplete markets, the government faces greater challenges in maintaining stable tax rates. Distortionary taxes create wedge between marginal rates of transformation and marginal rates of substitution⁶⁵, and government policy becomes a source of frictions. The monetary stabilization literature considers environments where frictions are present even without government policy. These frictions are due to nominal rigidities and imperfect competition in product or labor market. The corresponding wedges reduce the level of economic activity and may be subject to stochastic fluctuations, known as cost-push shocks. First, we will explain competitive equilibrium with distorting taxes, followed by Ramsey problem without state-contingent debt, and risk-free one period debt only, and this paper later will provide numerical examples.

⁶³ When expenditure is expected to increase, the government runs a budget surplus, and when expenditure is expected to fall, the government runs a budget deficit

⁶⁴ In [Ramsey \(1927\)](#), utility function is given of type: $u = f(p_1, p_2, p_3, \dots, w)$, p_1, p_2, p_3, \dots are prices and w is income. This result is known as Roy's identity, [Roy \(1947\)](#) is: $\frac{\partial u}{\partial p_i} = -f_i \frac{\partial u}{\partial w}$. The lemma relates the ordinary (Marshallian) demand function to the derivatives of the indirect utility function. With the optimal tax structure, this identity must hold: $\frac{t_2}{p_2} \varepsilon_u^2 - \frac{t_1}{p_1} \varepsilon_u^1 = 0$, for the linear demand curve results is: $\frac{t}{p} = \frac{kQ}{bp} = \frac{k}{\varepsilon_u^k}$.

⁶⁵ p_x, p_y are prices before taxation τ is tax rate. Now $p_x(\text{aftertax}) = (1 + \tau)p_x$, slope of budget constraint after tax is: $\text{slope of budget constraint} = -\frac{p_x(\text{aftertax})}{p_y} = -\frac{(1+\tau)p_x}{p_y}$. $MRT = \frac{MC_x}{MC_y}$; $MC_{\text{aftertax}} = \frac{MC_{\text{aftertax}}}{MC_y} = \frac{(1+\tau)MC_x}{MC_y}$. Now the wedge is: $\text{tax wedge} = \frac{MRT_{\text{aftertax}}}{MRS} = \frac{MC_x}{\text{unchanged } MRS}$

Barro's Tax Smoothing Hypothesis without state-contingent debt

Barro's Tax Smoothing Hypothesis suggests that governments should aim to keep tax rates stable over time, using borrowing and debt repayment to manage fluctuations in expenditure. This approach minimizes economic distortions caused by volatile tax rates, providing a more predictable environment for economic agents. The objective function in this economy is given as:

equation 1

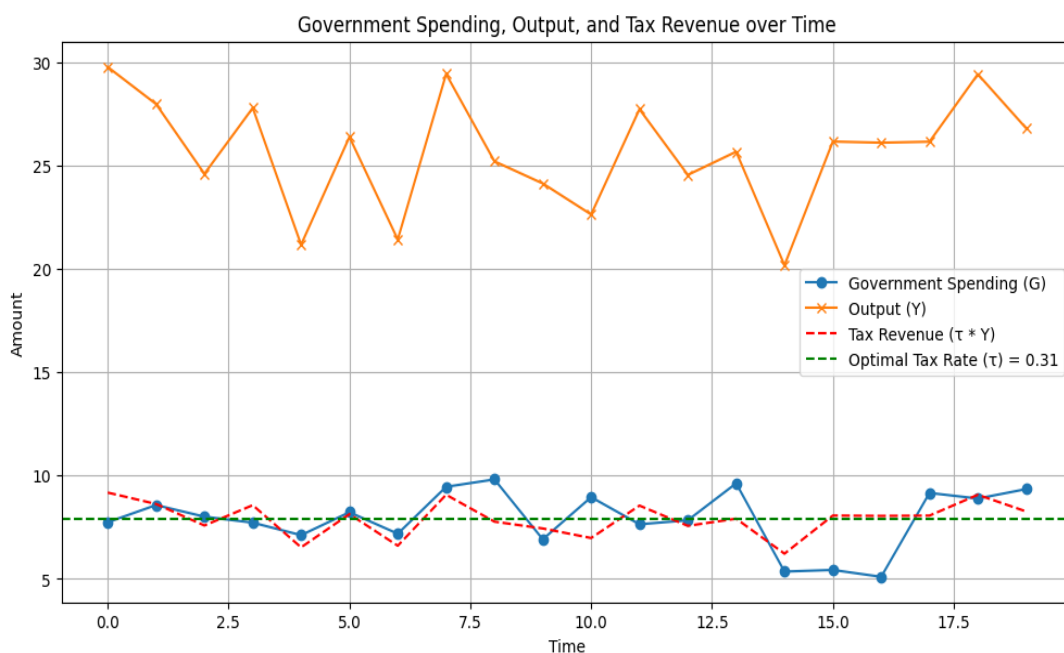
$$L = \sum_{t=0}^T \beta^t \left(\frac{(\tau_t - \bar{\tau}_t)^2}{2} \right)$$

Where β is a discount factor and $\bar{\tau}_t$ is smoothed tax. To smooth taxes, the government should ideally keep the tax rate constant over time. Thus, we set $\tau_t = \bar{\tau}_t, \forall t$. The government budget constraint is: $b_{t+1} = (1+r)b_t + g_t - \tau_t \cdot y_t$. Where $\tau_t = \tau_t \cdot y_t$, y_t is output of the economy. The government's budget constraint implies that:

equation 2

$$\tau_t = g_t + \frac{b_{t+1} - (1+r)b_t}{1}$$

For tax smoothing, we equate the average tax rate to the average expenditure. Assuming debt is repaid smoothly over time, the government's intertemporal budget constraint can be simplified: $\sum_{t=0}^T \tau_t = \sum_{t=0}^T g_t$. The optimal tax rate $\bar{\tau}$ can be written as: $\bar{\tau} = \frac{\sum_{t=0}^T g_t}{\sum_{t=0}^T y_t}$. Barro's Tax Smoothing Hypothesis (Barro (1979)) suggests that in the absence of state-contingent debt, the optimal strategy for the government is to keep the tax rate constant over time. This approach minimizes the distortionary impact of taxes by avoiding large fluctuations in tax rates, which can cause inefficiencies and reduce economic welfare. The simulation is plotted below⁶⁶.



⁶⁶ Present value of government spending matches the total present value of tax revenue $PV(G) = \sum_{t=0}^T \frac{g_t}{(1+r)^t}$; $PV(G) = \sum_{t=0}^T \frac{y_t}{(1+r)^t}$; $\tau = \frac{PV(g)}{PV(y)}$. Representative agent utility function is given as: $U = \sum_{t=0}^T \frac{c_t^{1-\sigma}}{1-\sigma} \beta^t$. The government has to balance its budget with constant tax revenues and cannot use state-contingent debt. The budget constraint over T : $\sum_{t=0}^T \frac{g_t}{(1+r)^t} = \sum_{t=0}^T \frac{\mathcal{T}_t}{(1+r)^t}$; where $\mathcal{T} = \tau \cdot y_t$.

Figure 1 Barro's tax smoothing hypothesis

Competitive equilibrium with distorting taxes

First here we will describe economy (in much similar) such as in [Lucas and Stokey \(1983\)](#). Now, things that are identical are:

equation 3

$$s^t = [s_t, s_{t-1}, \dots, s_0], t \geq 0$$

Government purchases $g(s)$ are and exact-time invariant function⁶⁷ of s . Now let, $c_t(s^t), l_t(s^t), n_t(s^t)$ denote consumption, leisure, and labor supply, at history s^t at time t . Each period representative household is endowed with one unit of time that can be divided between leisure l_t and labor n_t :

equation 4

$$n_t(s^t) + l_t(s^t) = 1$$

Output equals $n_t(s^t)$ and can be divided between consumption $c_t(s^t)$ and $g(s_t)$:

equation 5

$$c_t(s^t) + g(s^t) = n_t(s^t)$$

A representative household preference $\{c_t(s^t), l_t(s^t)\}_{t=0}^{\infty}$ are ordered by:

equation 6

$$\sum_{t=0}^{\infty} \sum_{s^t} \beta^t \pi_t(s^t) u[c_t(s^t), l_t(s^t)]$$

Where $\pi_t(s^t)$ is a joint PDF over a sequence s^t , the utility function $u \gg 0$ is increasing, strictly concave, and three times continuously differentiable in both arguments. Government now imposes a flat tax rate $\tau_t(s^t)$ on labor income at time t and history s^t . [Lucas and Stokey \(1983\)](#) assumed that there are complete markets with one period securities. At this point [Aiyagari, S Rao, Marcet, A. Sargent, T.J. Seppälä, J.\(2002\)](#) (AMSS), modify this economy. AMSS allow government to issue only one period risk-free debt each period. In this way ruling out complete markets is a step-in direction of making total tax collections behave more like those prescribed in [Barro \(1979\)](#).

Risk-free One-Period Debt Only

In time history t, s^t let there be:

- $b_{t+1}(s^t)$ be the amount of time $t + 1$ consumption good that at time t the government promised to pay.
- $R_t(s^t)$ is the gross interest rate on risk-free one period debt between periods $t \rightarrow t + 1$

$\mathcal{T}_t(s^t) > 0$ is a non-negative lump sum transfer to the representative household. That $b_{t+1}(s^{t-1})$ is the same for all realizations of s_{t+1} and captures its risk-free character. The market value at time t of government debt maturing at time $t + 1$ equals $\frac{b_{t+1}(s^t)}{R_t(s^t)}$. The government budget constraint in period t at history s^t is:

equation 7

$$b_t(s^{t-1}) = \tau_t^n(s^t) n_t(s^t) - g_t(s_t) - \mathcal{T}_t(s^t) + \frac{b_{t+1}(s^t)}{R_t(s^t)} \equiv z(s^t) + \frac{b_{t+1}(s^t)}{R_t(s^t)}$$

⁶⁷ In control theory, a time-invariant system has a time-dependent system function that is not a direct function of time. Such systems are regarded as a class of systems in the field of system analysis. The time-dependent system function is a function of the time-dependent input function. Or mathematically: $y(t) = f(x(t), t) = f(x(t))$, where $y(t)$ is time dependent output function, and time-independent function $x(t)$, the system is considered time invariant if a time-delay in input $x(t + \delta) = y(t + \delta)$ equates to a time-delay of output.

The government imposes a flat tax rate $\tau_t(s^t)$ on labor income at time t , history s^t . Where in previous $z(s^t)$ is the net of interest government surplus. To rule out Ponzi scheme we assume natural debt limit⁶⁸, the consumption Euler equation for a representative household able to trade only one-period risk-free debt with one-period gross interest rate is :

equation 8

$$\frac{1}{R_t(s^t)} = \sum_{(s^{t+1}|s^t)} \beta \pi_{t+1}(s^{t+1}|s^t) \frac{u_c(s^{t+1})}{u_c(s^t)}$$

Substituting this expression in government budget constraint $b_t(s^{t-1}) = \tau_t^n(s^t)n_t(s^t) - g_t(s_t) - \mathcal{T}_t(s^t) + \frac{b_{t+1}(s^t)}{R_t(s^t)} \equiv z(s^t) + \frac{b_{t+1}(s^t)}{R_t(s^t)}$ we get:

equation 9

$$b_t(s^{t-1}) = z(s^t)n_t(s^t) + \beta \sum_{(s^{t+1}|s^t)} \pi_{t+1}(s^{t+1}|s^t) \frac{u_c(s^{t+1})}{u_c(s^t)} b_{t+1}(s^t)$$

Now the components $z(s^t)$ on the right side depends on s^t , but the left side is required to depend on s^{t-1} only. This is what it means for one period debt to be risk free. Now if we replace $b_{t+1}(s^t)$ on the right side of previous equation by the right side of next period's budget constraint (associated with a particular realization s_t) we get:

equation 10

$$b_t(s^{t-1}) = z(s^t) + \sum_{(s^{t+1}|s^t)} \beta \pi_{t+1}(s^{t+1}|s^t) \frac{u_c(s^{t+1})}{u_c(s^t)} \left[z(s^{t+1}) + \frac{b_{t+2}(s^{t+1})}{R_{t+1}(s^{t+1})} \right]$$

Now, after making repeated substitutions for all future occurrences of government indebtedness and by invoking natural debt limit we get at:

equation 11

$$b_t(s^{t-1}) = \sum_{j=0}^{\infty} \sum_{(s^{t+j}|s^t)} \beta^j \pi_{t+j}(s^{t+j}|s^t) \frac{u_c(s^{t+j})}{u_c(s^t)} z(s^{t+j})$$

Now let's substitute the resource constraint into the net-of-interest government surplus and we are using the household FOC :

equation 12

$$1 - \tau_t^n(s^t) = \frac{u_l(s^t)}{u_c(s^t)}$$

So that now we can express the net of interest government surplus $z(s^t)$ as:

⁶⁸ Asset growth equation is: $A_{t+1} = A_t(1+r)$; Liability growth equation: $L_{t+1} = L_t(1+r)$; Debt limit constraint: $D \geq L_t$ In this system, the liabilities represent the total amount owed to investors. The debt limit D ensures that the scheme doesn't accumulate unsustainable levels of debt. Now, to ensure that it's a no-Ponzi scheme, we need to guarantee that investors can realize returns without requiring new investors to join. This implies that the assets must be sufficient to cover the liabilities: $A_t \geq L_t$

equation 13

$$z(s^t) = \left[1 - \frac{u_l(s^t)}{u_c(s^t)} \right] [c_t(s^t) + g_t(s_t)] - g_t(s_t) - \mathcal{T}_t(s^t)$$

If we substitute $z(s^{t+j})$ from previous equation in $b_t(s^{t-1}) = \sum_{j=0}^{\infty} \sum_{(s^{t+j}|s^t)} \beta^j \pi_{t+j}(s^{t+j}|s^t) \frac{u_c(s^{t+j})}{u_c(s^t)} z(s^{t+j})$ we obtain a sequence of implementability constraints on a Ramsey allocation in an AMSS economy:

equation 14

$$b_0(s^{-1}) = \mathbb{E}_0 \sum_{j=0}^{\infty} \beta^j \frac{u_c(s^j)}{u_c(s^0)} z(s^j)$$

But now we have a large number of to the implementability constraints :

equation 15

$$b_t(s^{t-1}) = \mathbb{E}_0 \sum_{j=0}^{\infty} \beta^j \frac{u_c(s^{t+j})}{u_c(s^t)} z(s^{t+j})$$

Ramsey Problem Without State-contingent Debt

Ramsey problem as in [Ramsey \(1927\)](#), after we have substituted resource constraint in utility function we can express Ramsey problem as:

equation 16

$$\max_{c_t(s^t), b_{t+1}(s^t)} \mathbb{E}_0 \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t u(c_t(s^t), 1 - c_t(s^t) - g_t(s_t))$$

Subject to:

equation 17

$$\mathbb{E}_t \sum_{j=0}^{\infty} \beta^j \frac{u_c(s^j)}{u_c(s^0)} z(s^{t+j}) \geq b_0(s^{t-1}), \forall s^t$$

Now let $\gamma_0(s^0)$ be a Lagrangian multiplier nonnegative on constraint $\max_{c_t(s^t), b_{t+1}(s^t)} \mathbb{E}_0 \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t u(c_t(s^t), 1 - c_t(s^t) - g_t(s_t))$. As in the Lucas-Stokey economy [Lucas and Stokey \(1983\)](#), this multiplier is strictly positive when the government must resort to distortionary taxation; otherwise it equals zero. A consequence of the assumption that there are no markets in state-contingent securities and that a market exists only in a risk-free security is that we have to attach stochastic processes $\{\gamma_t(s^t)\}_{t=1}^{\infty}$ of LR multipliers to the implementability constraint $\mathbb{E}_t \sum_{j=0}^{\infty} \beta^j \frac{u_c(s^j)}{u_c(s^0)} z(s^{t+j}) \geq b_0(s^{t-1}), \forall s^t$.

equation 18

$$\begin{aligned} \gamma_t(s^t) &\geq (\leq) 0 \\ \mathbb{E}_t \sum_{j=0}^{\infty} \beta^j \frac{u_c(s^j)}{u_c(s^0)} z(s^{t+j}) &\geq (\leq) b_0(s^{t-1}), \forall s^t \end{aligned}$$

The Lagrangian of Ramsey problem now can be represented as:

equation 19

$$\begin{aligned} \mathcal{L} &= \mathbb{E}_0 \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t \{u(c_t(s^t), 1 - c_t(s^t) - g_t(s_t))\} + \gamma_t(s^t) \left[\mathbb{E}_t \sum_{j=0}^{\infty} \beta^j u_c(s^{t+j}) z(s^{t+j}) - u(c_t(s^t) b_t(s^{t-1})) \right] \\ &= \mathbb{E}_0 \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t \{u(c_t(s^t), 1 - c_t(s^t) - g_t(s_t))\} + \Psi_t(s^t) u_c(s^t) z(s^t) - \gamma_t(s^t) u_c(s^t) b_t(s^{t-1}) \end{aligned}$$

Where in previous:

equation 20

$$\begin{aligned} \Psi_t(s^t) &= \Psi_{t-1}(s^{t-1}) + \gamma_t(s^t) \\ \Psi_{-1}(s^{-1}) &= 0 \end{aligned}$$

Abel summation formula

In the Lagrangian previous the second part uses the Abel summation formula, also known as Abel's identity or Abel's transformation, is a technique used in mathematical analysis to sum certain infinite series by introducing an additional parameter and integrating or differentiating the series term by term. This technique is particularly useful when dealing with series that do not converge in the usual sense but converge under Abel summation.

Let's consider a series $\sum_{n=0}^{\infty} a_n$, where a_n is a sequence of real or complex numbers. The Abel summation formula states:

equation 21

$$\sum_{n=0}^{\infty} a_n = \lim_{(x \rightarrow 1)} \sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$$

This formula is valid under certain conditions, typically when the series $\sum_{n=0}^{\infty} a_n$ converges absolutely or conditionally. The key idea behind Abel summation is to introduce a parameter x and consider the series $\sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$, which might be easier to handle or evaluate. Then, we take the limit of this expression as $x \rightarrow 1$ from below. To derive the Abel formula we start with power series :

equation 22

$$f(x) = \sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$$

Then we integrate both sides with respect to x $0 \rightarrow t$:

equation 23

$$\int_0^t f(x) dx = \int_0^t \left(\sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n \right) dx$$

By exchanging the integral and the sum which is justified under certain convergence conditions we get :

equation 24

$$\int_0^t f(x) dx = \sum_{n=0}^{\infty} \left(\int_0^t a_n x^n dx \right)$$

Now we can evaluate the integral term by term:

equation 25

$$\int_0^t a_n x^n dx = \frac{a_n}{n+1} x^{n+1} \Big|_0^t = \frac{a_n}{n+1} t^{n+1}$$

Substituting this back into series yields:

equation 26

$$\int_0^t f(x) dx = \sum_{n=0}^{\infty} \frac{a_n}{n+1} t^{n+1}$$

Now we can take the limit on both sides as $t \rightarrow 1$:

equation 27

$$\lim_{t \rightarrow 1} \int_0^t f(x) dx = \lim_{t \rightarrow 1} \sum_{n=0}^{\infty} \frac{a_n}{n+1} t^{n+1} = \sum_{n=0}^{\infty} a_n \lim_{t \rightarrow 1} \frac{t^{n+1}}{n+1} = \sum_{n=0}^{\infty} a_n \lim_{t \rightarrow 1} \frac{t^{n+1}}{n+1} = \sum_{n=0}^{\infty} a_n$$

Back to Ramsey Problem Without State-contingent Debt

Now, where we left, we want to maximize Lagrangian with respect to $c_t(s^t); b_t(s^{t-1})$, and partial derivative of \mathcal{L} with respect to $c_t(s^t)$ is set to zero:

equation 28

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial c_t(s^t)} = \mathbb{E}_0 \beta^t u_c(c_t(s^t), 1 - c_t(s^t) - g_t(s_t) - \gamma_t(s^t) u_c(c_t(s^t), b_t(s^{t-1}))) = 0$$

partial derivative of \mathcal{L} with respect to $b_t(s^{t-1})$ is set to zero:

equation 29

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial b_t(s^{t-1})} = -\gamma_t(s^t) u_c(c_t(s^t), b_t(s^{t-1})) = 0$$

With solving this equation, we will get solutions for $c_t(s^t); b_t(s^{t-1})$:

equation 30

$$\mathbb{E}_0 \beta^t u_c(c_t(s^t), 1 - c_t(s^t) - g_t(s_t)) = \gamma_t(s^t) u_c(c_t(s^t), b_t(s^{t-1})) \Rightarrow \mathbb{E}_0 \beta^t (1 - c_t(s^t) - g_t(s_t)) = \gamma_t(s^t) b_t(s^{t-1}) \text{-from the 1st equation}$$

From the second equation we get:

equation 31

$$\gamma_t(s^t) u_c(c_t(s^t), b_t(s^{t-1})) = 0; \gamma_t(s^t) \neq 0; b_t(s^{t-1}) \neq 0$$

Numerical example

The government's objective is to minimize the social loss function:

equation 32

$$\min \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t (a(c_t - c^*) + b(\tau - \tau^*)^2)$$

The government aims to minimize previous distortions from taxation while financing a given stream of public expenditures g_t using a non-state contingent debt b_t and taxes τ_t . Subject to following constraint:

equation 33

$$b_{t+1} = (1 + r)b_t + g_t - \tau_t$$

Where c_t is consumption at time t , c^* is a steady-state consumption, τ_t is tax revenue at time t , while τ^* is the steady-state tax revenue. And β is the discount factor. Where r is the real interest rate. We use the method of Lagrange multiplier to solve this problem where λ_t is the Lagrange multiplier associated with the budget constraint. The Lagrangian here is given by:

equation 34

$$\mathcal{L} = \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t (a(c_t - c^*)^2 + b(\tau_t - \tau^*)^2 + \lambda_t (b_{t+1} - (1 + r)b_t - g_t + \tau_t))$$

FOC's are:

1. For c_t :

equation 35

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial c_t} = 2a\beta^t (c_t - c^*) = 0 \Rightarrow c_t = c^*$$

2. For τ_t :

equation 36

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial \tau_t} = 2b\beta^t (\tau_t - \tau^*) + \beta^t \lambda_t = 0 \Rightarrow \tau_t = \tau^* = -\frac{\lambda}{2b}$$

3. For b_t :

equation 37

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial b_t} = -\beta^t \lambda_t (1 + r) + \beta^{t-1} \lambda_{t-1} = 0 \Rightarrow \lambda_t = \frac{\lambda_{t-1}}{1 + r}$$

Ramsey allocation for a given multiplier is :

equation 38

$$\sum_{t=0}^{\infty} \beta^t (a(c_t - c^*) + b(\tau - \tau^*)^2)$$

Previous is objective function, subject to:

equation 39

$$\sum_{t=0}^{\infty} \beta^t (b_{t+1} - (1 + r)b_t - g_t + \tau_t)$$

Lagrangian is given as:

equation 40

$$\mathcal{L} = \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t [(c_t - c^*)^2 + b(\tau_t - \tau^*)^2 + \lambda_t(b_{t+1} - (1+r)b_T - g_t + \tau_t)] \\ + \mu \sum_{t=0}^{\infty} \beta^T (b_{t+1} - (1+r)b_T - g_t + \tau_t)$$

FOC's are given as:

1. For c_t : $\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial c_t} = 2\alpha\beta^t(c_t - c^*) = 0 \Rightarrow c_t = c^*$
2. For τ_t : $\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial \tau_t} = 2b\beta^t(\tau_t - \tau^*) + \beta^t\lambda_t \Rightarrow \tau_t - \tau^* = -\frac{\lambda_t}{2b}$
3. For b_t : $\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial b_t} = -\beta^t\lambda_t(1+r) + \beta^{t-1}\lambda_{t-1} = 0 \Rightarrow \lambda_t = \frac{\lambda_{t-1}}{1+r}$

As for tax smoothing in complete and incomplete markets the result is the same there is difference in the Lagrangian multiplier with stochastic element in incomplete markets this function is given as:

equation 41

$$\mathcal{L} = \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t (a(c_t - c^*)^2 + b(\tau_t - \tau^*)^2 + \lambda_t(b_{t+1} - (1+r)b_t - g_t + \tau_t + \varepsilon_t))$$

FOC's are given as:

1. For c_t : $\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial c_t} = 2\alpha\beta^t(c_t - c^*) = 0 \Rightarrow c_t = c^*$
2. For τ_t : $\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial \tau_t} = 2b\beta^t(\tau_t - \tau^*) + \beta^t\lambda_t \Rightarrow \tau_t - \tau^* = -\frac{\lambda_t}{2b}$
3. For b_t : $\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial b_t} = -\beta^t\lambda_t(1+r) + \beta^{t-1}\lambda_{t-1} = 0 \Rightarrow \lambda_t = \frac{\lambda_{t-1}}{1+r}$

For complete markets results are identical there is difference in objective function

equation 42

$$\mathcal{L} = \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t (a(c_t - c^*)^2 + b(\tau_t - \tau^*)^2 + \lambda_t(b_{t+1} - (1+r)(b_t + \varepsilon_t) - g_t + \tau_t))$$

The optimal taxation problem, the Ramsey allocation, and tax smoothing in complete and incomplete markets share similar structures, but the presence of stochastic elements and the ability to use state-contingent debt introduce differences in the solutions. The FOCs provide the necessary conditions to determine the optimal paths for consumption, taxes, and debt.

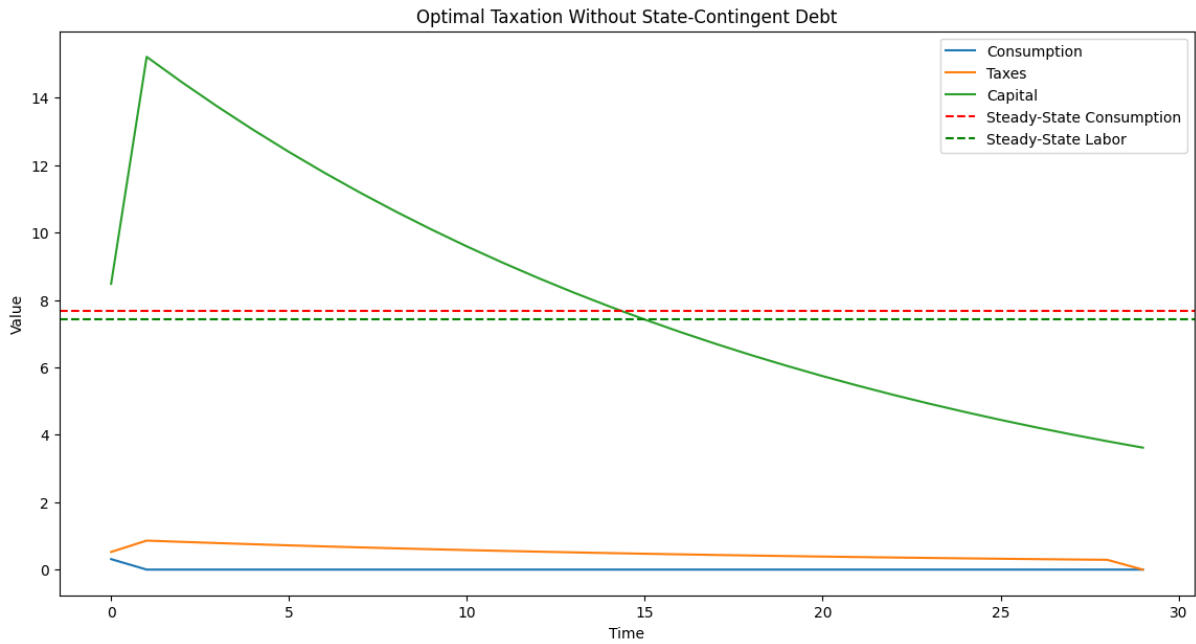


Figure 2 optimal taxation without state-contingent debt; Source: authors' own calculation

Example: Anticipated One-Period War

The government budget constraint, without state-contingent debt, is:

equation 43

$$g_t + r_t b_{t-1} = \tau_t + b_t$$

$r_t b_{t-1}$ is the interest payment on the past debt. In the Ramsey problem, the government chooses taxes, debt, and spending to maximize the representative agent's utility subject to the constraints: Household budget constraint, Government budget constraint, Resource constraint:

equation 44

$$c_t + I_t + g_t = y_t$$

Output equals: investment plus government spending + consumption. Tax smoothing in Complete Markets: In a complete market, the government can issue contingent debt to smooth taxes over time. The tax rate is smoothed according to: $\tau_t = \frac{1}{\beta} E_t[\tau_{t+1}]$. Representative household maximizes:

equation 45

$$\max_{\{c_t, l_t\}} \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t (u(c_t) - v(l_t))$$

$v(l_t)$ represents disutility of labor. Assume the government needs to finance an unexpected one-period increase in spending due to war. The spending increase is ΔG_w , which lasts for one period. The government can finance this either by increasing debt, increasing taxes, or a combination of both. Government budget constraint here is:

equation 46

$$g_w + r_t b_{t-1} = \tau_t + b_t$$

Where $g_w = g_t + \Delta g_w$. Tax Rate τ_t : Approximated as the ratio of taxes to output, showing how the government adjusts taxation to finance the war. Next, plots are showing how the economy evolves over time with and without the war shock.

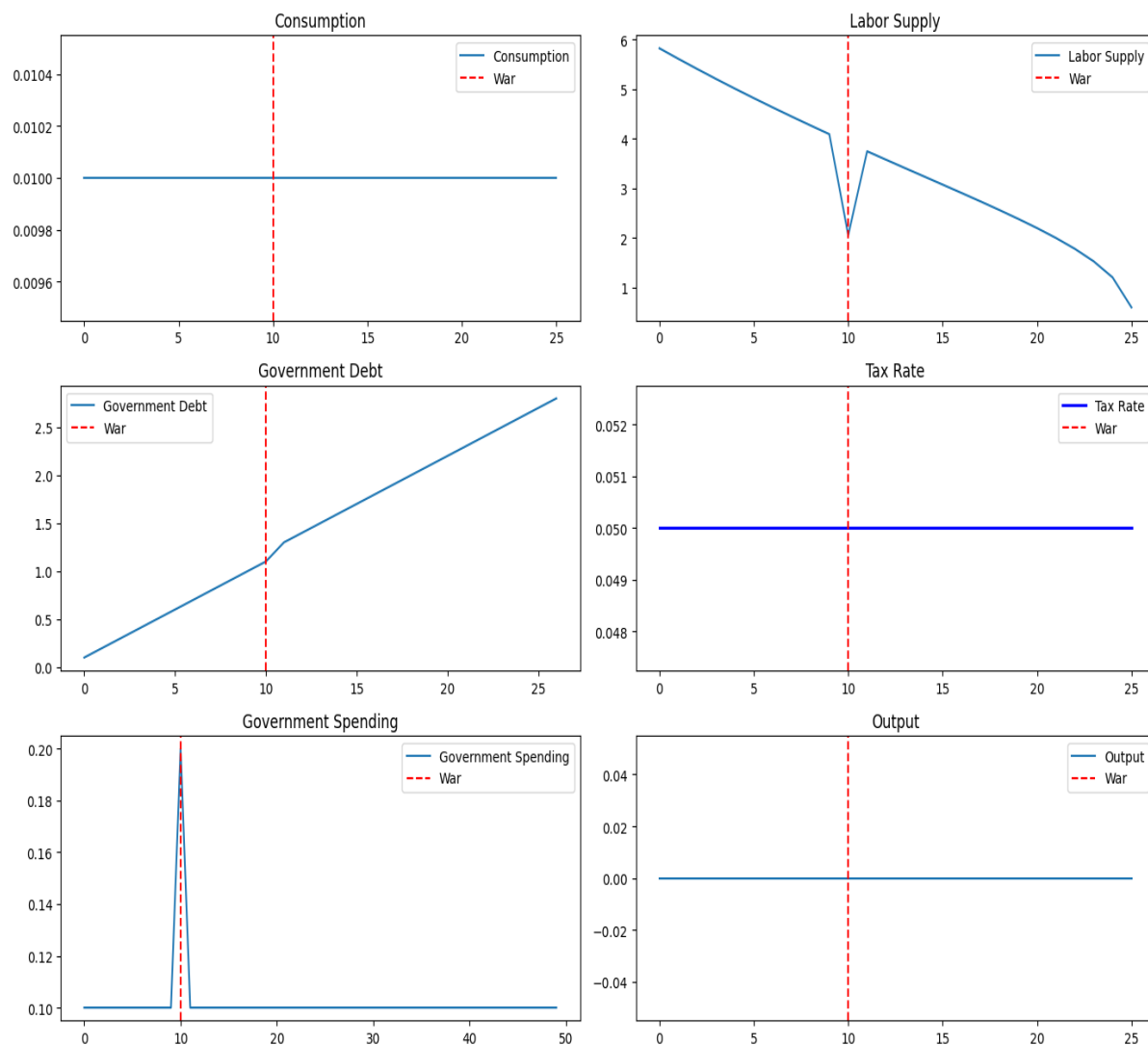


Figure 3 anticipated one period war ; Source: authors' own calculation

Example: Anticipated Two-Period War

Representative agent problem here is:

equation 47

$$\max \sum_{t=0}^{T-1} \beta^t \left[\log(c_t) - \frac{L_t^{1+\eta}}{1+\eta} \right]$$

where η is disutility of labor. Household budget constraint and production function are given respectively :

equation 48

$$c_t + k_{t+1} - (1 - \delta)k_t = y_t - \tau_t$$

δ is depreciation rate, τ_t are total taxes at time t . Production function is Cobb-Douglas type:

equation 49

$$y_t = k_t^\alpha + l_t^{1-\alpha}$$

α is capital share in production. Total taxes function is given as:

equation 50

$$\tau_t = \tau(y_t) \cdot y_t = (\tau_0 + \tau_1 y_t + \tau_2 y_t^2) \cdot y_t$$

Budget constraint is given as: $c_t + k_{t+1} + (1 - \delta)k_t = y_t - k_t$. About labor supply we have:

equation 51

$$\frac{\partial u}{\partial l_t} = \lambda_t \cdot \frac{\partial y}{\partial l_t}$$

$$\frac{l_t^\eta}{c_t} = \lambda_t \cdot (1 - \alpha) \cdot \frac{k_t^\alpha}{l_t^\alpha}$$

Government budget constraints re given as:

equation 52

$$\tau_t = g_t + b_{(t-1)} - b_t$$

$$b_{t+1} = b_t + g_t - \tau_t$$

Key equations for consumption and labor supply are given respectively as:

equation 53

$$c_t = y_t - g_t - \tau_t$$

$$\frac{l_t^\eta}{c_t} = \frac{(1 - \alpha) \cdot k_t^\alpha}{l_t^\alpha}$$

About taxes:

$$\tau(y_t) = \tau_0 + \tau_1 y_t + \tau_2 y_t^2 - \text{progressive tax rate}$$

$$\tau_t = (\tau_0 + \tau_1 y_t + \tau_2 y_t^2) \cdot y_t - \text{total taxes}$$

In this setup:

1. The representative agent maximizes utility over time, considering a progressive tax rate and government budget constraints.
2. Government spending spikes during the two-period war.
3. The consumption and tax rates are dynamically adjusted based on the economic conditions and government budget requirements.

In this python code for this simulation parameters are as follows:

$\beta = 0.96$, $\alpha = 0.36$, $\delta = 0.05$, $g_{steady} = 0.1$, $g_{war} = 0.5$ (steady-state and war government spending respectively, $r = 0.04$, $T = 50$ this is the time horizon. Base tax rate is $\tau_0 = 0.05$, linear component $\tau_1 = 0.01$ and quadratic component $\tau_2 = 0.05$. The results are shown plotted one next page.

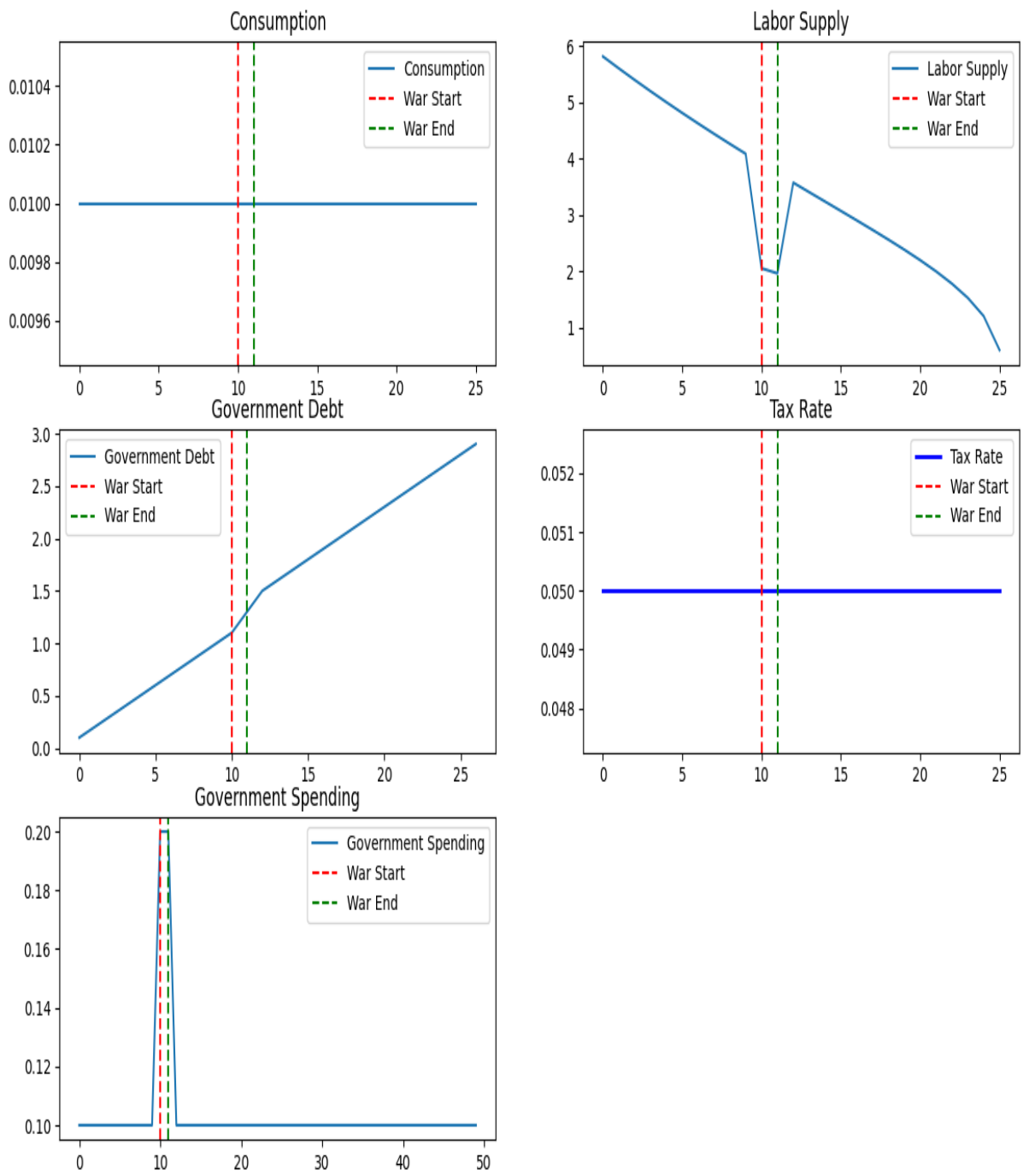


Figure 4 anticipated two period war; Source: authors' own calculation

Example: Anticipated Four-Period War

In complete markets, the government can issue contingent claims. The optimal tax policy minimizes the distortions from taxation over time, leading to a smooth tax rate:

equation 54

$$\min \tau_t : \sum_{t=0}^{\infty} \frac{g_t}{(1+r)^t} = \sum_{t=0}^{\infty} \frac{\tau_t}{(1+r)^t}$$

In incomplete markets, the government cannot fully insure against shocks. The optimal taxation problem then becomes one of balancing the trade-off between intertemporal smoothing and the inability to issue state-contingent debt:

equation 55

$$\min \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t \left[\tau_t \frac{c_t^{-\gamma}}{1-\gamma} \right]$$

subject to the government's intertemporal budget constraint. Assume the government needs to finance a war for 4 periods. During these periods, government spending G_t increases sharply. The optimal policy will involve higher taxes and/or increased debt issuance during the war, followed by post-war fiscal adjustments. The FOCs for the Ramsey problem, including optimal taxation and consumption, are derived by setting up the Lagrangian:

equation 56

$$\mathcal{L} = \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t \left[\log(c_t) - \frac{l_t^{1+\eta}}{1+\eta} + \lambda_t (F(k_t, l_t) - c_t - g_t - I_t) \right]$$

The production function is $y_t = f(k_t, l_t) = k_t^\alpha l_t^{1-\alpha}$ FOCs are given as:

1. The derivative of the Lagrangian with respect to consumption c_t is given as:

equation 57

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial c_t} = \frac{1}{c_t} - \lambda_t = 0 \Rightarrow \lambda_t = \frac{1}{c_t}$$

This equation tells us that the Lagrange multiplier λ_t is the marginal utility of consumption.

2. The derivative of the Lagrangian with respect to labor l_t is given as:

equation 58

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial l_t} = -l_t^{-\eta} + \lambda_t \frac{\partial f(k_t, l_t)}{\partial l_t} = 0$$

Now, since $\frac{\partial f(k_t, l_t)}{\partial l_t} = (1-\alpha)k_t^\alpha l_t^{-\alpha}$ we can substitute λ_t from previous FOC:

equation 59

$$-l_t^{-\eta} + \frac{(1-\alpha)k_t^\alpha l_t^{-\alpha}}{c_t} = 0$$

Simplifying we get :

equation 60

$$l_t^{\eta+\alpha} = \frac{(1-\alpha)k_t^\alpha}{c_t}$$

Or rearranging:

equation 61

$$l_t = \left(\frac{(1-\alpha)k_t^\alpha}{c_t} \right)^{\frac{1}{\eta+\alpha}}$$

3. Derivative of the Lagrangian with respect to capital k_{t+1} :

equation 62

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial k_{t+1}} = \beta^{t+1} \lambda_{t+1} \left(\frac{\partial f(k_{t+1}, l_{t+1})}{\partial k_{t+1}} + 1 - \delta \right) - \lambda_t = 0$$

Substituting $\lambda_t = \frac{1}{c_t}$, and $\frac{\partial f(k_{t+1}, l_{t+1})}{\partial l_{t+1}} = \alpha k_{t+1}^{\alpha-1} l_{t+1}^{1-\alpha}$ we get:

equation 63

$$\beta \frac{1}{c_{t+1}} (\alpha k_{t+1}^{\alpha-1} l_{t+1}^{1-\alpha} + 1 - \delta) = \frac{1}{c_t}$$

This is the Euler equation for capital :

equation 64

$$\frac{1}{c_t} = \beta \frac{1}{c_{t+1}} \left(\alpha \frac{k_{t+1}^{\alpha-1} l_{t+1}^{1-\alpha}}{1 - \delta} \right)$$

The derivative with respect to government debt b_t involves the government budget constraint. Without state-contingent debt:

equation 65

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial b_t} = \beta^{t+1} \lambda_{t+1} - \lambda_t (1 + r) = 0$$

By using $\lambda_t = \frac{1}{c_t}$, we get :

equation 66

$$\frac{1}{c_{t+1}} = \beta (1 + r) \frac{1}{c_t}$$

This is the intertemporal budget constraint faced by the government, implying tax smoothing over time. About the interpretation of the results, it can be stated as follows:

1. The FOCs show how the optimal consumption, labor supply, capital accumulation, and tax policies are determined in the Ramsey framework.
2. The optimal tax policy aims to smooth the marginal utility of consumption over time, which is consistent with tax smoothing.
3. The labor supply equation indicates how labor responds to changes in consumption and the marginal productivity of labor.

Next we will show plotted results for following parameters: $\beta = 0.96, \alpha = 0.36, \delta = 0.05, r = 0.03, \eta = 1.0, G_{steady} = 0.1, G_{war} = 0.3, T = 100, war_{periods} = [10, 11, 12, 13], initial_{debt} = 0.1$.

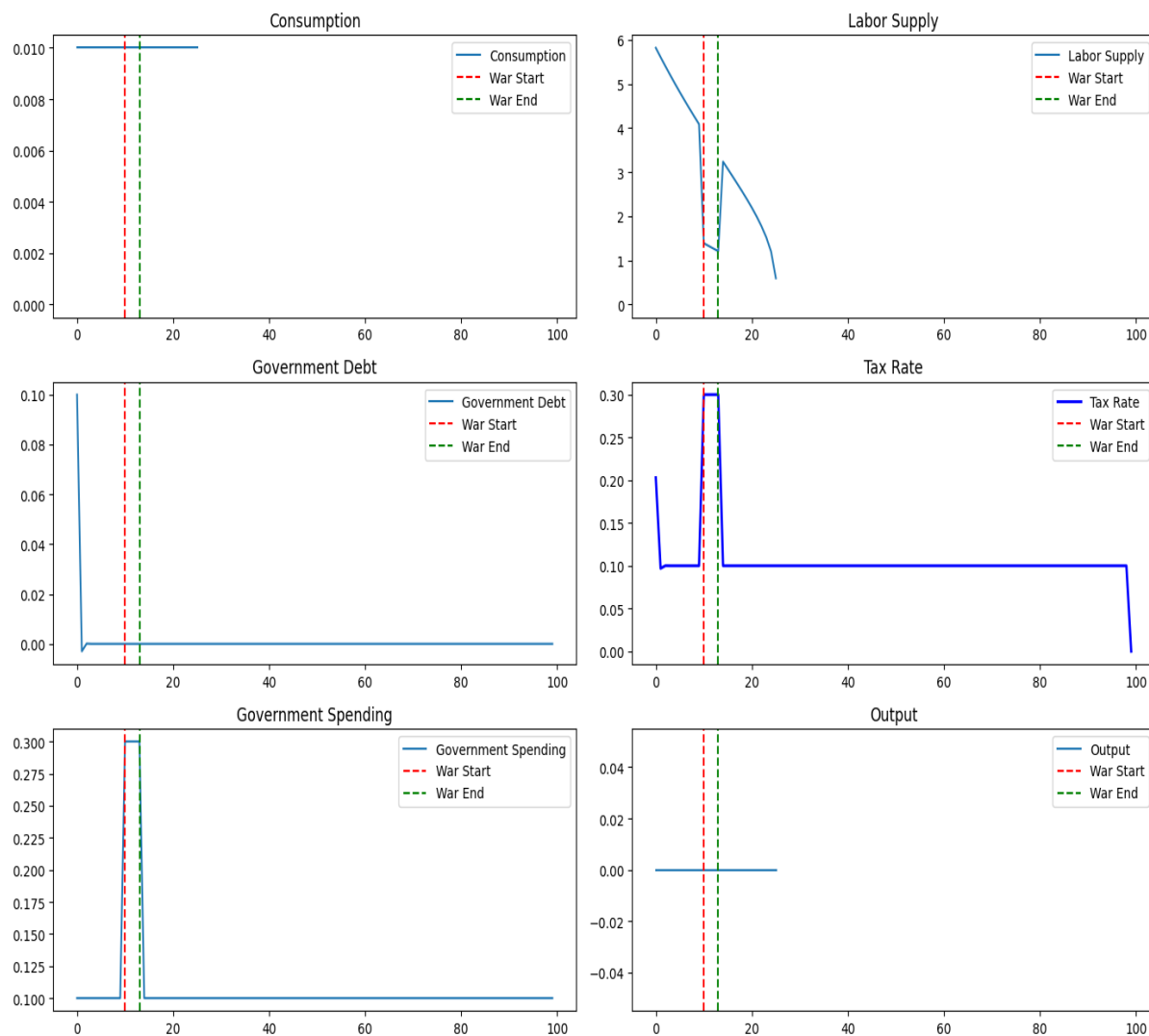


Figure 5 anticipated four period war; Source: authors' own calculation

Example: Optimal taxation without state-contingent debt in LQ economy

Here government needs to finance exogenous government spending G_t over time t . The government can use taxation τ_t on output and issue debt b_t , which accumulates at interest rate r . Government budget constraint is:

equation 67

$$b_{t+1} = (1 + r)b_t + g_t - \tau_t y_t$$

The government aims to minimize distortions caused by taxation. The objective function is quadratic in tax rates, which is common in LQ framework:

equation 68

$$\min \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t \frac{1}{2} \tau_t^2$$

Where β is a discount factor usually $\beta = 0.96$. The government minimizes above objective function subject to budget constraint by setting Lagrangian:

equation 69

$$\mathcal{L} = \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t \left(\frac{1}{2} \tau_t^2 + \lambda_t [(1+r)b_t + g_t - \tau_t y_t - b_{t+1}] \right)$$

Taking the FOCs with respect to $\tau_t, b_{t+1}, \lambda_t$, we obtain:

1. FOC for τ_t :
 equation 70

$$\tau_t = \lambda_t y_t$$

2. FOC for b_{t+1} :
 equation 71

$$\lambda_t = \beta(1+r)\lambda_{t+1}$$

3. FOC for λ_t :
 equation 72

$$b_{t+1} = (1+r)b_t + g_t - \tau_t y_t$$

Recursive formulation of this problem (solution) by given FOCs, the optimal tax rate τ_t is determined by the marginal value of relaxing the budget constraint λ_t :

equation 73

$$\tau_t = \lambda_t y_t$$

By substituting the value of λ_t we get:

equation 74

$$\tau_t = \frac{\beta^t y_t}{1 - \beta(1+r)}$$

The evolution of debt is given by:

equation 75

$$b_{t+1} = (1+r)b_t + g_t - \tau_t y_t$$

In the next plots we will show this theoretical section. To code and plot optimal taxation in a Linear-Quadratic (LQ) economy without state-contingent debt, we need to set up the problem where the government seeks to minimize the distortions caused by taxation over time while ensuring that debt is serviced. The main objective is to minimize the welfare loss subject to the government's budget constraint. Objective Function (Welfare Loss):

equation 76

$$\min \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t \left(\frac{1}{2} \tau_t^2 \right)$$

Government Budget Constraint:

equation 77

$$b_{t+1} = Rb_t + g_t - \tau_t y_t$$

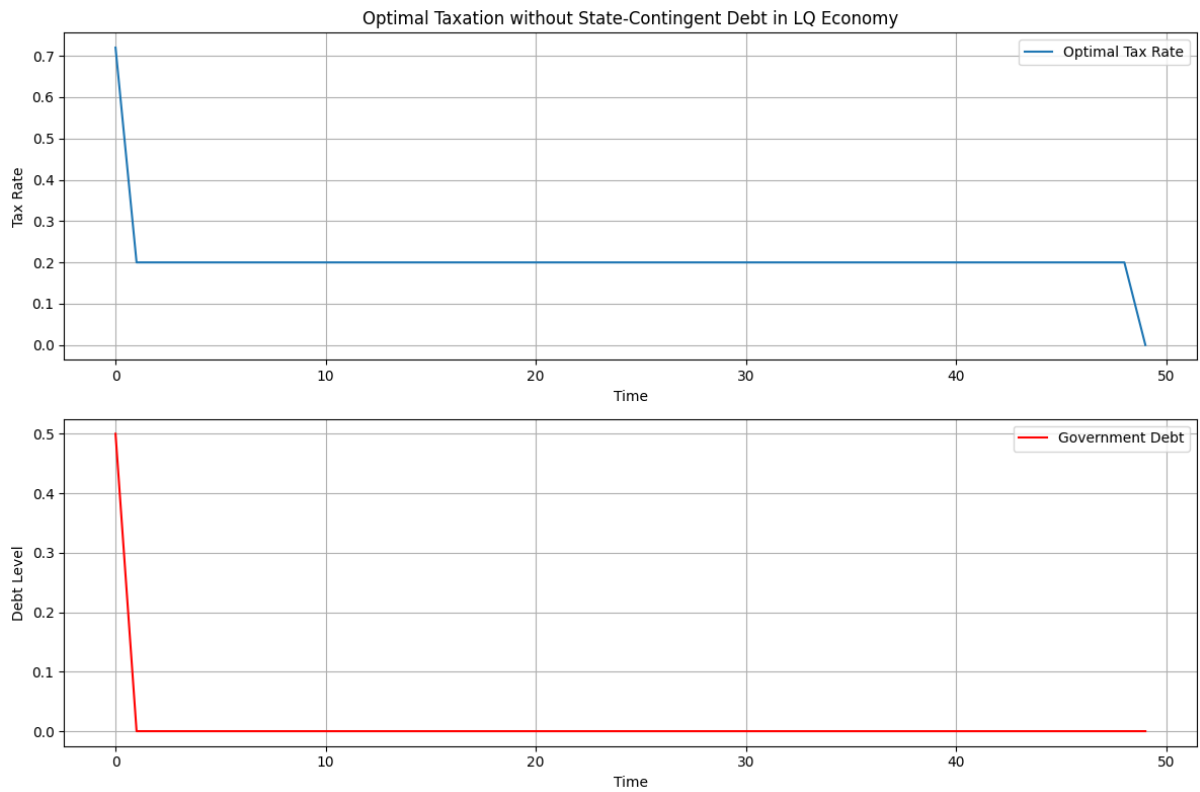


Figure 6 Optimal taxation with state-contingent debt in LQ economy (1)

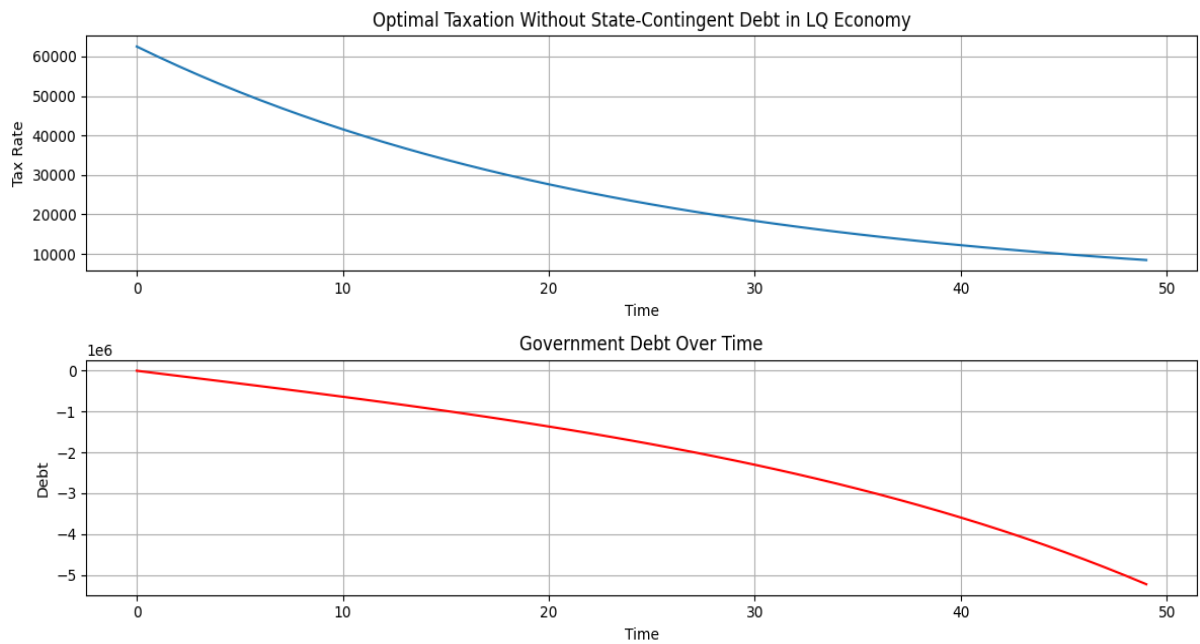


Figure 7 Optimal taxation with state-contingent debt in LQ economy (2)

Conclusion(s) or explanations

In the simulation for Barro tax smoothing hypothesis: the optimal tax rate τ is set to ensure that the total present value of government spending matches the total present value of tax revenue. This minimizes the distortions and fluctuations in the tax rate over time. Competitive equilibrium in our economy is modified by allowing government to issue only one period risk-free debt each period. In this way ruling out complete markets is a step-in direction of making total tax collections behave more like those prescribed in [Barro \(1979\)](#). In the numerical example for optimal taxation without state contingent debt: Value of taxes is way below that of steady-state consumption and steady-state labor and after 15 periods value of capital equals and then falls below the value of steady-state consumption and steady-state labor. Value of consumption and taxes equals after 30 periods. If the value of consumption and taxes equals in a model, this implies that the total resources available to the government (from taxes) are entirely used for consumption purposes, possibly reflecting a scenario where government spending equals tax revenue, and there is no debt accumulation. In the examples for one, two and four period financing, those codes simulate and plot consumption, labor supply, government debt, tax rate, government spending, and output over time with a 1,2, 4-period war. The tax smoothing is implemented implicitly by adjusting taxes to meet the government's intertemporal budget constraint. In the one and two year war tax is unaffected i.e. flat, in 4 year war there is a sharp increase in taxes and after the war taxes return to previous value and after many periods they fall below the equilibrium value, same goes for government consumption, while debt is unaffected after initial shock increase. Government debt increases slightly in 1 or 2 period war. In the simulation for optimal taxation without state-contingent debt in LQ economy: The tax rate (τ) is initially higher to service the initial debt and stabilize the economy. Over time, as the debt level stabilizes, the tax rate gradually declines. Government debt starts from an initial level and evolves over time based on the government's budget constraint and the chosen tax policy.

References

1. Adler, J. (2006). The Tax-smoothing Hypothesis: Evidence from Sweden, 1952-1999. *Scandinavian Journal of Economics*, 108(1), 81–95. doi:10.1111/j.1467-9442.2006.00442.x
2. Aiyagari, S Rao, Marcet, A. Sargent, T.J. Seppälä, J. (2002). Optimal taxation without state-contingent debt. *Journal of Political Economy*, 110(6), pp.1220–1254.
3. Akerlof, G. (1978). The Economics of Tagging as Applied to the Optimal Income Tax, Welfare Programs, and Manpower Planning, *American Economic Review*, Vol. 68, 1978, 8-19. (web)
4. Barro, R. J. (1979), On the Determination of the Public Debt, *Journal of Political Economy* 87 (5), pp.940–971.
5. Cass, David, (1965), Optimum Growth in an Aggregative Model of Capital Accumulation, *The Review of Economic Studies*, 32, issue 3, p. 233-240.
6. Chari, V. V., Christiano, L., Kehoe, P. (1991). Optimal fiscal and monetary policy: Some recent results. *Journal of Money, Credit, and Banking* 23: pp. 519-539
7. Diamond, P. (1998). Optimal Income Taxation: An Example with a U-Shaped Pattern of Optimal Marginal Tax Rates, *American Economic Review*, 88, 83–95.
8. Hansen, L. P.; Roberds, W. T.; Sargent, T. J. (1991) “Time Series Implications of Present Value Budget Balance and of Martingale Models of Consumption and Taxes.” In *Rational Expectations Econometrics*, edited by Lars Peter Hansen and Thomas J. Sargent. Boulder, Colo.: Westview, 1991.
9. Josheski, Dushko and Miteva, Natasha and Boskov, Tatjana (2024) Optimal taxation policy, monetary policy and state-contingent debt, time inconsistency in Ramsey problem, tax smoothing, non-CRRA preferences and taxation in LQ economy. *International Journal of Economics, Management and Tourism*, 4 (1). pp. 24-51. ISSN 2671-3810
10. Koopmans, T.C. (1965) On the Concept of Optimal Economic Growth. In: Johansen, J., Ed., *The Econometric Approach to Development Planning*, North Holland, Amsterdam.
11. Kydland, F. E., Prescott, E. C. (1982). Time to Build and Aggregate Fluctuations. *Econometrica*, 50(6), 1345–1370. <https://doi.org/10.2307/1913386>
12. Lucas, Robert Jr., Stokey, Nancy L., (1983). Optimal fiscal and monetary policy in an economy without capital, *Journal of Monetary Economics*, Elsevier, vol. 12(1), pages 55-93.
13. Mirrlees, J. A. (1971). An Exploration in the Theory of Optimum Income Taxation. *The Review of Economic Studies*. 38 (2): 175–208. doi:10.2307/2296779. JSTOR 2296779

14. Piketty,T., Saez,E., Stantcheva,S.(2014). Optimal Taxation of Top Labor Incomes: A Tale of Three Elasticities, American Economic Journal: Economic Policy, American Economic Association, vol. 6(1), pages 230-71
15. Ramsey, F. P. (1927). A Contribution to the Theory of Taxation. The Economic Journal, 37(145),pp. 47–61. <https://doi.org/10.2307/2222721>
16. Roy, René (1947). La Distribution du Revenu Entre Les Divers Biens. Econometrica. 15 (3): 205–225. JSTOR 1905479
17. Sadka,E.(1976), On Income Distribution, Incentive Effects and Optimal Income Taxation ,The Review of Economic Studies, Vol. 43, No. 2, (Jun., 1976), pp. 261-267
18. Saez,E.(2001).Using elasticities to derive optimal income tax rates, The Review of Economic Studies, 68(1), pp.205- 229.
19. Seade, J. K., (1977), On the shape of optimal tax schedules, Journal of Public Economics, 7, issue 2, p. 203-235.
20. Staum, J. (2007). Chapter 12 Incomplete Markets. Handbooks in Operations Research and Management Science, 511–563. doi:10.1016/s0927-0507(07)15012-x
21. Stiglitz, J.(1982) .Self-Selection and Pareto Efficient Taxation, Journal of Public Economics, 1982,17, 213–240.

ТЕОРИИТЕ ЗА МАСОВНО КОМУНИЦИРАЊЕ И НИВНИТЕ ИМПЛИКАЦИИ НА ДЕМОКРАТСКИТЕ ПРОЦЕСИ

Анета Стојановска-Стефанова⁶⁹; Марија Магдинчева-Шопова⁷⁰; Душица Попова⁷¹;

д-р Анета Стојановска-Стефанова, вонреден професор, Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет “Гоце Делчев” - Штип, е-пошта: aneta.stojanovska@ugd.edu.mk

д-р Марија Магдинчева-Шопова, редовен професор, Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет “Гоце Делчев” - Штип, е-пошта: marija.magdinceva@ugd.edu.mk

д-р Душица Попова, доцент, Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет “Гоце Делчев” - Штип, е-пошта: dusica.saneva@ugd.edu.mk

Апстракт

Во современите општества средствата за масовно комуницирање играат клучна улога, бидејќи го обликуваат јавното мислење, но и културните и социјалните норми, кои влијаат на севкупниот политички и економски развој. Различните теории се засновани на различни филозофски и политички претпоставки за улогата која ја имаат медиумите, но и за нивната способност и капацитет да бидат независни од властите. Овој труд има за цел да ги истражи и преку теоретско дескриптивен метод да ги прикаже видовите теории кои се применуваат кај средствата за масовно комуницирање и нивните импликации на демократските процеси и слободата на изразување. Трудот ги истражува главните карактеристики на секоја од теориите и нивниот однос со државата, притоа нуди заклучоци за нивната слобода при преносот на информациите, но и за нивната одговорност и нивната соработка со политичките структури и почитувањето на правата на граѓаните.

Клучни зборови: медиуми, јавност, информации, слобода, печат, демократија

MASS COMMUNICATION THEORIES AND THEIR IMPLICATIONS ON DEMOCRATIC PROCESSES

Aneta Stojanovska-Stefanova; Marija Magdinceva-Sopova; Dusica Popova;

Aneta Stojanovska-Stefanova, PhD, Associate Professor, Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University - Stip, e-mail: aneta.stojanovska@ugd.edu.mk

Marija Magdinceva-Sopova, PhD, Full Professor, Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University - Stip, e-mail: marija.magdinceva@ugd.edu.mk

Dusica Popova, PhD, Assistant Professor, Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University - Stip, e-mail: dusica.popova@ugd.edu.mk

Abstract

In modern societies, the media play a key role, as they shape public opinion, but also cultural and social norms, which influence overall political and economic development. Different theories are based on different philosophical and political assumptions about the role of the media, but also about their ability and capacity to be independent of the authorities. This paper aims to explore and, through a theoretical descriptive method, present the types of theories that are applied to the media and their implications for democratic processes and freedom of expression. The paper explores the main characteristics of each of the theories and their relationship with the state, while offering conclusions about their freedom and responsibility in the transmission of information and their collaboration with political structures and the respect of the citizens rights.

Keywords: media, public, information, freedom, press, democracy

1. Вовед

Во науката кога се говори за средствата за масовна комуникација честопати се зборува за нив под едно име - печат. Иако печатените медиуми се постари и околу себе насобрале повеќе од теоријата и филозофијата на масовната комуникација, сепак под овој термин печат, денес се подразбира севкупност во која се вбројуваат и радиото, телевизијата, филмот, интернетот, социјалните платформи на кои се темели комуникацијата во современото општество.

Според Џозеф Доминик⁷² „масовната комуникација се однесува на процесот преку кој една сложена организација со помош на една или повеќе машини произведува и пренесува јавни пораки кои се директни во целост, хетерогена и расфрлана публика“. Моќта на масовните медиуми е концептуализирана во идејата дека хегемонијата ја разбива лажната дијалектика што управителите на медиумите често ја користат кога тврдат дека им даваат на луѓето само она што тие го сакаат⁷³.

Норис⁷⁴ дискутира, какво е влијанието на медиумските системи врз доброто управување и човековиот развој. Констатира дека последниве години се забележани се поголеми обиди да се измерат систематските, валидни и веродостојни показатели за политичкиот развој и квалитетот на демократијата во широк опсег на земји ширум светот.

Комуникацијата обезбедува готова макро анализа и микро анализа на секоја информација. На овој начин комуникацијата го обликува јавното мислење, кое игра клучна улога во демократијата⁷⁵.

Вимер⁷⁶ констатира дека “повеќето истражувања за мас медиумите вклучуваат набљудувања на човечки суштества - поставувајќи им прашања или испитување на она што тие го направиле. Меѓутоа, во овој процес на сондирање, пребарувачот мора да обезбеди дека правата на учесниците не се повредени. Оваа загриженост за правата бара разгледување на етиката, разликување на правилното од погрешното и правилното од неправилно“. За жал, не постојат универзални дефиниции за овие поими.

Во историски рамки, на различни географски простори, средствата за масовна комуникација се појавувале во различни облици и служеле за различни цели. Пр.печатот на некогашниот Советски Сојуз бил различен од оној на САД, а печатот на Аргентина, поинаков од оној на Обединетото Кралство. Овие разлики делумно ја одразуваат способноста на една земја да ги плаќа своите средства за масовна комуникација, понатаму од достигнувањата и каналите кои можат да се употребат за масовна комуникација, како и од релативниот степен на урбанизација што ја прави полесна и неопходна дистрибуцијата на масовните медиуми, а со тоа и на информациите.

Разликите кај мас медиумите во различни земји, претставуваат одраз и на она што луѓето го прават на различни места на Планетата, како и од искуството кое наведува што граѓаните сакаат да читаат. Сепак постои уште една важна разлика, а тоа е дека печатот секогаш добива облик и колорит на општественото и политичкото уредување во кое делува. Наведеното, особено го одразува системот на општествената контрола, на кој се прилагодуваат односите меѓу поединците и институциите. На крајот и видот на општественото уредување и политичкиот систем, како и околностите во кои се наоѓа една држава, битно влијаат на развојот на слободата на медиумите⁷⁷.

Делото “Четири теории на печатот“ на Зиберт, Петерсон и Шрам има силно влијание врз проучувањето на разликите во системите на печатот. Тие всушност ја доловуваат разликата во филозофските и политичките образложенија или теории што стојат зад различните видови печат како што се:

- *Авторитарна теорија*, втемелена во вековната авторитарна политичка мисла од Платон до Макијавели;
- *Слободарска теорија*, втемелена во Милтон, Лок, Мил и Просветителството;

⁷² Dominick Jr, J. R. (1970). *The influence of social class, the family, and exposure to television violence on the socialization of aggression*. Michigan State University.

⁷³ Kramer, E. (1993). Mass media and democracy. *Open institutions: The Hope for democracy*, 77-98.

⁷⁴ Norris, P. (2004). Global political communication. *Good governance, human*.

⁷⁵ Upadhyay, S. K., & Dang, T. (2014), Theory of mass communication and public opinion, *In: International Journal of Education and Science*. ISSN 2348-6457

⁷⁶ Wimmer, R. D. (2011). *Mass media research: An introduction*. Cengage learning.

⁷⁷ Stojanovska-Stefanova, A., Atanasoski, D., & Chachorovski, Z. (2017). Democracy and Media-Types of Theories for Means of Mass Communication. *US-China L. Rev.*, 14, 363.

- *Теорија на општествена одговорност*, втемелена во комуникациската револуција и во извесни бихевиористички сомневања во философијата на Просветителството;
- *Советска комунистичка теорија*, втемелена во Маркс, Ленин и Сталин и диктатурата на Комунистичката партија на Советскиот Сојуз⁷⁸.

Некои критичари укажаа и на недостатоците на ова дело, како и на историските извештаи и на нејзината теоретска структура, обвинувајќи дека книгата изразува менталитет на Студената војна, и дека ги занемарила комплицираните димензии на расата, класата, полот и етничката припадност. Иако делото е подложено на долгогодишна критика, сепак "Четири теории на печатот" останува главен текст во комуникациите. Неговото влијание на помеѓу читателите и способноста да поттикне дебата за тоа зошто печатот постапува на одреден начин, продолжува да го прави често цитиран извор.⁷⁹

2. Карактеристики на теориите и нивниот однос со државата

Од четирите погоре наведени теории за односот на средствата за масовна комуникација кон општеството и владата, авторитарната според Зиберт е историски и географски најраспространета.

Речиси 200 години по распространувањето на печатот низ Западниот свет, авторитарната теорија претставувала единствена основа за определување на функцијата и односот на популарниот печат кон современото општество. Тјудорите во Англија, Бурбоните во Франција, Хабзбурговците во Шпанија, практично, во цела Западна Европа, ги користеле основните принципи на авторитарноста како теоретска подлога за нивните методи на контрола на печатот. Примената на оваа теорија не била ограничена само на шеснаесеттиот и седумнаесеттиот век. Таа била основна доктрина за голем дел од светот и во наредните векови. Во поинакво време, свесно или несвесно, ја прифаќале и толку различни земји како Јапонија, Царска Русија, Германија, Шпанија и многу други азиски и јужноамерикански влади. Сите човечки општества, се чини, поседуваат инхерентна способност да создаваат системи на општествена контрола со кои се прилагодува односот на поединците и институциите и се обезбедуваат заедничките интереси и желбите. Како што опишал В.Ц.Шепард, "постојат, главно, два вида на вакви системи; оние што делуваат спонтано и автоматски, директно произлегувајќи од здравиот разум за правото на заедницата, засилени со санкции на општествен притисок, и оние што се здобиле со одредена институционална организација и работат со помош на легални старателства и што се спроведуваат со одредени казни. Овој втор облик на општествена контрола е Владата, во нејзиното најшироко значење"⁸⁰.

Една од основните претпоставки на оваа теорија е дека државата е битна за целосниот развој на човекот, таа претпоставка резултираше во извесни основни заклучоци во врска со природата на државата. На страна нејзините поединечни елементи, државата станала збир на сите пожелни атрибути. Својата моќ да ги одреди целите и методите за постигнување на тие цели, ја остварувала со помош на процес, кој главно, не можел комплетно да биде анализиран. Околу поглавните философски проблеми за природата на сознанието и вистината, авторитарната теорија упатува на еднакви и категорични одговори, па отука до сознание можело да се дојде со голем ментален напор. Авторитарната теорија како предуслов го поставува и единството на интелектуалната активност, постоењето на т.н. апсолутистичка аура, бидејќи тоа значело можност за успешно да се делува за т.н. колективно добро.

На линија на основните постулати на авторитарната теорија за мас медиумите е Платон кој го замислувал идеалното општество, на начин каде државата утврдува и спроведува единство на политички и културни цели. Платон сакал да го координира животот на граѓаните според строг културен закон кој ги забранувал сите видови уметности, па дури и самото мислење кое не е во склад со неговата проповед. Многу учтиво, во неговата Република, тој би "ги испратил во друг град" сите престапници на строгите правила, пропишани за уметникот, филозофот и поетот.

Во делата на Макијавели, имплицитен е ставот дека патриотските причини ја оправдуваат строгата контрола на методите на дискусија и на масовно ширење на информациите како основа за политичка акција. Стабилноста и напредокот на државата се најважни: поединечните размислувања на граѓанинот се помалку важни.

⁷⁸ Зиберт С.Ф., Питерсон Т., Шрам В., (1994), "Четири теории за печатот", ПНИД "Степ"-Скопје, стр.8.

⁷⁹ Nerone John, (1995), "Four Theories of the Press", University of Illinois Press, ISBN: 9780252064708

⁸⁰ *Ibid*, str.10.

Познатиот англиски филозоф Томас Хобс, поаѓајќи од двете основни желби на човекот, да се ослободи од болката и да владее, развил целосен систем на политичка философија во која најважна била моќта да се контролира поединецот во интерес на сите.

Теориите на Хобс за природата на државата и за човековиот однос кон неа, имаат тенденција да оправдуваат голем дел од авторитарната политика на владите на XVII век.

Германскиот филозоф Георг Хегел, кој се смета за главен претставник на политичката теорија на авторитаризмот на современото и му се препишува генезата како на современото комунизам, така и на фашизмот. Имено Хегел пишува: "...Државата е олицетворение на моралот. Таа е етички дух што се избистрил и се здобил со суштински облик на волја, која се манифестира пред светот, што е свесна за себе, ги знае своите цели и го спроведува она што го знае таму до каде знаењето и дозволува. *Обичајот и моралот* се надворешната видлива форма на внатрешното битие, самосвеста на поединечниот граѓанин, неговото знаење и активност, се надворешната и видлива форма на индиректното постоење на државата. Самосвеста на поединецот ја наоѓа суштината на својата слобода во ставот на граѓанинот, што е битот, целта и постигнувањето на неговата самосвест. Државата е разум *per se*. Ова се должи на фактот што таа е олицетворение на суштинската волја, која пак, не е ништо друго, туку индивидуална самосвест сфатена во нејзината апстрактна форма и подигната на универзално рамниште. Ова суптинско и масивно единство е апсолут и фиксна цел по себе. Во него слободата постигнува максимум права, но, истовремено, Државата, цел сама по себе, си обезбедува максимум права врз поединечни граѓани, чија највисока цел е да бидат припадници на државата".

Овие теоретски размисли карактеристични за авторитарната теорија на средствата за масовна комуникација упатуваат на заклучокот дека во рамките на истата, вистинска слобода е слободата во рамките на државата, а не ослободеност од државата.

Зиберт С. Фред⁸¹ 1994:16, ќе констатира дека иако ниту Хитлер, ниту Мусолини не биле политички филозофи, сепак нивните објавени изјави постапки во историјата, претставуваат извитоперена форма на доктрините на авторитарноста, а нивното третирање на масовните медиуми било сосема во согласност со основниот принцип на апсолутизмот.

Слободарската теорија на средствата за масовна комуникација пак, ја свртува обратно положбата на човекот и државата од онаа што ја видовме во авторитарната теорија. Човекот веќе не се сфаќа како зависно суштество, кое треба да се води и да се насочува, туку, како рационално суштество, способно да разликува меѓу вистината и измамата, меѓу подобрата и полошата алтернатива кога ќе се соочи со противречни докази и алтернативи. Вистината веќе не се сфаќа како сопственост на власта. Напротив, правото да се трага по вистина е едно од неотуѓивите права на човекот.

Во слободарската теорија, медиумите не се сфаќаат како инструмент на владата, туку како средство за презентирање на докази и аргументи, врз основа на кои Владата подлежи на контрола за својата работа, а луѓето имаат ексклузивно право да го оформат своето мислење за политиката и за работата на властодршците и носителите на функции.

Кај оваа теорија постои императивна потреба средствата за масовни комуникации да бидат ослободени од владина контрола и влијание.

Според слободарската теорија, човекот е рационално битие и претставува цел по себе. Целта на општеството е среќата и благосостојбата на поединецот, а човекот како мисловен организам е способен да го организира светот околу себе и да донесува одлуки прилагодени на сопствените интереси.

Слободарските теоретичари дале различни објаснувања за потеклото на општеството, но сите тие се согласни дека основната функција на општеството е унапредување на интересите на своите поединечни членови. Философите на либерализмот нагласено одречуваат дека државата е највисок израз на човековите напори, иако со извесна колевливост, признаваат дека државата е корисен, па дури и неопходен инструмент. Државата постои како метод за обезбедување амбиент за поединецот, во кој ќе може да ги оствари сопствените потенцијали. Како и другите теории за статусот и функцијата на медиумите за масовна комуникација во општеството, слободарската доктрина е објаснување на

⁸¹ Фред С. Зиберт, некогашен декан на колеџот за комуникации на Државниот универзитет на Мичиген и автор на „Слободата на печатот во Англија, 1476-1776“.

философските принципи со кои се обезбедува основата на општествената и политичката структура во чии рамки делуваат медиумите.⁸²

Оваа доктрина каде малцинствата, како и мнозинствата, слабите исто како и силните, мора да имаат пристап до медиумите, всушност претставува модел на информирање кој служи како влијателна компонента во процесот на управувањето. Овој модел наликува на теолошките доктрини од раното Христијанство. Имено способноста да се размислува е дар од Бога, со кое човекот се разликува од останатите живи суштества и има индивидуална способност да ги реши проблемите водејќи се од доказите кои ги воочуваат неговите сетила, а не врз основа на наметнат авторитет како што беше случај кај авторитарната теорија.

Теоријата на општествена одговорност на печатот, според Питерсон Тиодор⁸³ 1994: 81, се родила како производ на повеќе работи. Една од нив беше технолошката и индустриската револуција, која го измени лицето на нацијата и американскиот начин на живеење кој, пак, влијаеше врз природата на самиот печат. Друга беше остриот глас на критиката, кој често пати, проговорувал, сразмерно со растот на медиумите по големина и важност, а која понекогаш ја носел премолчената закана на владините одредби. Следната беше негова интелектуална клима во која некои личности со сомневања гледале на основните принципи на просветителството. И конечно се појавил развој на професионалниот дух на новинарството кој привлекол луѓе со принципи и образование, со нагласено чувство за општествена одговорност, различен од оној т.н. “партизански“ дух кој владеел во средниот век.

Своє развојно влијание остварила и технолошката и индустриската револуција кои придонесоа за унапредување на брзината, бројот и квалитетот на старите медиуми, но и за појава на нови медиуми како што се филмот, радиото и телевизијата. Индустрijализацијата во оваа фаза била придружена и со зголемено рекламирање, што пак е главна поддршка на весниците, списанијата и радио – емисиите.

Тешко е да се каже кога точно традиционалната теорија на буквално неограничена слобода почнала да отстапува пред прифаќањето на извесни одговорности на уредниците. Секако немало веројатност издавачите да се грижат за моралните аспекти, затоа што тие, пред се, биле печатари кои весниците ги гледале како дополнување на нивните печатници, иако уште од најрани години меѓу новинарите имало и луѓе со голема решителност. До средината на 19 век, новинарството почнало да ги привлекува луѓето си образование и принципи, кои поставиле високи стандарди во својата работа и се обидувале да ги почитуваат. Некои такви луѓе формулирале етички закони за сопствениот персонал.

Во почетокот на 20 век издавачите се повеќе говореле за должностите според уставот, кои ја придружувале привилегираната положба на печатот⁸⁴. Џозеф Пулицер, во одбрана на својот предлог за новинарска школа, напишал во Норт Американ Ривју во 1904 година: „Ништо друго, освен највисоките идеали, најкруполозната загриженост да се постапи правилно, најпрецизното познавање на проблемите со кои мора да се соочи и искреното чувство за лојална одговорност, нема да го спаси новинарството од служењето на деловните интереси, потрагата по себични цели, кои се во спротивност со доброто на јавноста“.

Подемот на радиото и телевизијата довеле до тоа владата да даде главен придонес кон теоријата на општествена одговорност. Во почетокот, кога радио станиците никнувале во хаотично изобилие, конкурентите емитувале на исти бранови должини, аматерите ги мешале своите сигнали со професионалците, а таа т.н. какофонија се внесувала во се поголем број домови на слушателите. Па така, ќе констатира Питерсон, Владата, поттикната од радио-индустрijата неволно морала да воведо ред во радио брановите, а во 1927 година ја создала и Федералната Радио Комисија за доделување фреквенции и грижа за содржините на програмите.

Теоријата на општествена одговорност на печатот, изградена е на темелот на размислувањето со кое се дополнети некои основни претпоставки на слободарската теорија, а со што во голема мерка, се отфрлени други. Поимот – слобода што го претставува, е фундаментално различен од оној што го претставува традиционалната теорија. Слободарската теорија се родила во концептот на негативната слобода, која можеме слободно да ја дефинираме како “слобода од“ или поконкретно “слобода од надворешно ограничување“. Теоријата на општествена одговорност, напротив се базира врз концептот на

⁸² Зиберт С.Ф., Питерсон Т., Шрам В., (1994), “Четири теории за печатот“, ПНИД “Степ“-Скопје, стр.41-42.

⁸⁴ *Ibid*, стр.88.

позитивната слобода “слобода за“, која бара присуство на неопходни средства за да се постигне саканата цел⁸⁵. Согледувајќи ги карактеристиките на оваа теорија се доаѓа до заклучокот дека владата не смее само да дозволува слобода, туку мора и активно да ја унапредува.

Додека слободарската теорија се справувала со проблемите кои се појавиле, се јавил еден нов и драматичен развој на авторитарноста, станува збор за советската комунистичката теорија на медиумите. Оваа теорија е втемелена во марксистичкиот детерминизам и во суровата политичка неопходност да се одржи политичкиот напредок на една партија. Советскиот печат дејствувал како алатка на владејачката сила, исто така отворено како што тоа го правела и авторитарната теорија. За разлика од постариот модел, овде станува збор за државна, а не приватна сопственост на медиумите. Можеби ниту еден печат во светската историја не бил така строго контролиран, а сепак советските гласноговорници сметале дека нивниот печат е слободен, затоа што бил слободен да ја зборува ‘вистината’ на начин на кој ја сфаќала владејачката партија.

Претставниците на оваа теорија тврделе дека американскиот печат не е вистински слободен, затоа што е контролиран од бизнисот, па оттука не бил слободен да ја кажува “марксистичката вистина“.

Овие две теории се комплетно спротивни во нивните постулати, иако навидум и едните и другите се трудат да придонесат во потрагата по вистината, сепак овие луѓе се труделе да придонесат во потрагата по марксистичко-ленинистичката-сталинистичката вистина.

Претставниците на оваа теорија вложувале вонредни напори да се осигураат дека советските медиуми ги пренесуваат само оние информации кои се одредени за споделување.

Според Шрам В.⁸⁶ 1994:117, претставниците на оваа советска комунистичка теорија за мас медиумите, тврдат дека ‘тие се чувствуваат среќни со единствената вистинска слобода на печатот, додека американските колеги се оние кои биле несреќни’, бидејќи му служат на печат кој е “подмитлив, под контрола на посебни интереси, корумпиран и neodговорен“. Наспроти ова американските журналисти со гордост зборувале за способноста на американските медиуми да му ги соопштат на народот вестите од целиот свет и за способноста да овозможат разонода и забава. За да се разбере оваа теорија треба да се следат нејзините корени кај Маркс, но и нејзините мутации во “градините“ на Ленин и Сталин.

Според Бенет, каналите на комуникација денес, во современиот свет, се толку многубројни, децентрализирани и достапни што дури и најодлучните напори веројатно нема да ги изолираат членовите на продемократските движења од контакт едни со други и со надворешниот свет. Кога репресивните режими прибегнуваат кон отворен терор и континуирано прогонство на печатот, резултатот може да биде помала консолидација на контролата отколку спуштање во граѓански хаос⁸⁷.

3. Демократичноста на власта и развојот на слободата на медиумите

Денес општо е прифатено дека постои силна врска помеѓу масовната комуникација и демократијата. Медиумите се гледаат како витален канал на односите меѓу државата и општеството.

Одлики на јавното мислење во демократијата се: самостојно донесување на ставови, критичко расудување за начинот на вршење на општите работи и вреднување или укажување на добрите и лошите страни на вршењето ма власта, односно таквиот критички однос спрема општеството го определува карактерот на јавното мислење. Но, сепак ваквото определување на јавното мислење во демократијата претставува една идеално-типска конструкција. Во стварноста јавното мислење се јавува со сите свои доблести и недостатоци.⁸⁸

Правата се акт на одреден степен од развојот на цивилизацијата, плод на ново вековното разбирање на светот и животот. Теориската димензија на слободите и правата е тесно поврзана со теоријата за природното право, со појавата на уставот како пишан документ.

⁸⁵ *Ibid.* 100.

⁸⁷ Lance Bennett, W. (1998). 10 The Media and Democratic Development: The Social Basis of Political Communication. In P. O’Neil (Ed.), *Communicating Democracy: The Media and Political Transitions* (pp. 195-208). Boulder, USA: Lynne Rienner Publishers. <https://doi.org/10.1515/9781685851682-010>

⁸⁸ Milic Vladimir, (1992), *Socijalni lik politickog javnog mnenja vo “Radzanje javnog mnenja I politickih stranaka”*, Beograd, str.100

Во нашата држава, корпусот на политички слободи и права, македонскиот Устав ги вбројува и слободата на јавен говор, слободата на информирање, слободата на политичко здружување, избирачко право, право на мирно собирање.

Слободата на јавен говор и на јавен настап значи право на човекот да ги изразува своите мисли, не само со зборови, туку и со други средства за изразување. Слободата на информирање опфаќа слободен пристап кон информациите, слободата на примање и пренесување на информации. Уставот гарантира и слободно основање на институции за јавно информирање, право на одговор во средствата за јавно информирање, право на заштита на изворот на информацијата во средствата за јавно информирање и ја забранува цензурата.

Знаејќи дека јавното мислење создава судови за начинот на делување на заедницата и вреднување за постапките на власта, очекувано е политичките властодршци да се трудат да го наметнат своето влијание врз креирањето на јавното мислење, со цел да ја задржат или одржат власта. Четирите теории за средствата за масовно комуницирање со своите карактеристики дадоа појасна слика за историскиот развој, како и за влијанието кое државата, владата или бизнис заедницата може да го има врз слободата на медиумите. Јавното мислење како облик на политичка свест се доведува во врска со политичкиот систем како институционална подлога на политичкиот процес.

Демократскиот политички систем, како вкупност на облици на организација преку кои се одвива политичкиот живот, како свесно насочувана активност, станува најзначаен услов за формирање на слободно јавно мислење.

За разлика од нив, кај тоталитарните системи централно управуваат со јавното мислење. Диктаторот и партијата преку партиските декрети однапред одредуваат што и како да се размислува. Зад таквото мислење кое содржи неиспитано и принципиелно надмоќно знаење, стои авторитетот кој се потпира на овации и акламации. Бучната пропаганда и т.н. “плебисцитарна потврда“ на одлуките на водачот служат како замена за јавноста и претставуваат легитимација на узурпаторската власт.

Отука се наметнува заклучокот дека видот на политичкиот систем, како и степенот на демократичност на власта, несомнено влијаат на развојот на слободата на медиумите.

Во услови на демократски развој медиумите треба да обезбедат отвореност кон различни политички мислења и гледишта, непристрасно известување за политичките партии и политичките актери, како и воздржување од говорот на омраза и дискриминација по било која основа, особено врз основа на политичка припадност⁸⁹.

Непристрасноста, меѓу другото, значи и дека медиумите, посебно електронските, во вестите и извештаите не смеат да изразуваат гледишта за или против некоја политичка партија, ниту да се јавуваат како застапници на конкретни политички гледишта во актуелната политичка дебата.

4. Заклучни согледувања

Сознанијата до кои дојдовме во овој труд, укажуваат дека во секоја држава креирањето на јавното мислење зазема значајно место. Властодршците, во зависност од степенот на демократијата, во зависност од политичкиот систем и уставното уредување, во зависност од историските околности, сите на свој начин тежнеат кон обезбедување на наклоноста на јавното мислење, со цел подолго и посигурно да владеат.

Јавното мислење претставува сложен општествен и политички феномен. Слободите и правата се основен критериум и мерило за положбата и улогата на човекот и граѓанинот во општеството, од една страна и демократичноста на режимот (системот), од друга. Тие се инструмент за ограничување на власта и оневозможување на нејзината арбитрарност и злоупотреба. Знаејќи дека јавното мислење создава судови за начинот на делување на заедницата и вреднување за постапките на власта, очекувано е политичките властодршци да се трудат да го наметнат своето влијание врз креирањето на јавното мислење, со цел да ја задржат или одржат власта. Јавното мислење како облик на политичка свест се доведува во врска со политичкиот систем како институционална подлога на политичкиот процес. Макијавели⁹⁰, исто така

⁸⁹ Stojanovska-Stefanova, Aneta and Atanasoski, Drasko and Chacarovski, Zoran (2017) *Influence of the politics on freedom of the media*. US China Law Review, 14 (5). pp. 311-319. ISSN 1548-6605 (Print) 1930-2061 (online)

⁹⁰ Макијавели Николо, (2009), *Владетелот*, Ѓурѓа Скопје

истакнува дека постојана грижа на владетелот треба да биде придобивањето на наклоноста на јавното мислење, доколку сака да ја зачува власта и личната безбедност.

Од погоре споменатото можеме да заклучиме дека различните теории нудат различни перспективи за тоа како треба да функционираат медиумите и каква треба да биде нивната релација со власта и со јавноста. Слободарската теорија и теоријата на општествената одговорност ги нагласуваат независноста на медиумите и нивната одговорност кон јавноста. За разлика од нив авторитарната и советската (комунистичката) теорија ги ставаат медиумите под контрола на државата односно партијата кои влијаат на слободата на медиумите.

Теоријата на општествената одговорност и слободарската теорија во својот фокус ја имаат потребата да бидат слободни и одговорни за она што објавуваат, водејќи се од потребата да не му наштетат на јавниот интерес. Државата може да обезбеди регулација, но да води грижа да не ја наруши слободата на медиумите. Медиумите пак, се очекува да се придржуваат до етички стандарди.

Имајќи ги предвид искуствените знаења од секоја од видовите теории, современите политичари во своето владеење, имаат нагласена одговорност да внимаваат за начинот на кој соработуваат со медиумите, со цел да не ги поткопаат демократските придобивки и да не ги нарушат човековите права и слободи. Медиумите пак, исто така имаат обврска да се грижат за демократските методи и слободата на информирање, во потрагата по сензационални вести и желбата да се придобие јавното мислење потребно е да се придржуваат до етичките стандарди и да водат грижа за јавниот интерес.

Користена литература

- Dominick Jr, J. R. (1970). *The influence of social class, the family, and exposure to television violence on the socialization of aggression*. Michigan State University.
- Kramer, E. (1993). Mass media and democracy. *Open institutions: The Hope for democracy*, 77-98.
- Lance Bennett, W. (1998). 10 The Media and Democratic Development: The Social Basis of Political Communication. In P. O'Neil (Ed.), *Communicating Democracy: The Media and Political Transitions* (pp. 195-208). Boulder, USA: Lynne Rienner Publishers.
- Milic Vladimir, (1992), *Socijalni lik politickog javnog mnenja vo "Radzanje javnog mnenja I politickih stranaka"*, Beograd, str.100
- Nerone John, (1995), *"Four Theories of the Press"*, University of Illinois Press, ISBN: 9780252064708
- Norris, P. (2004). Global political communication. *Good governance, human*.
- Stojanovska-Stefanova, A., Atanasoski, D., & Chachorovski, Z. (2017). Democracy and Media-Types of Theories for Means of Mass Communication. *US-China L. Rev.*, 14, 363.
- Upadhyay, S. K., & Dang, T. (2014), Theory of mass communication and public opinion, In: *International Journal of Education and Science*. ISSN 2348-6457
- Wimmer, R. D. (2011). *Mass media research: An introduction*. Cengage learning.
- Зиберт С.Ф., Питерсон Т., Шрам В., (1994), *"Четири теории за печатот"*, ПНИД "Степ"-Скопје
- Stojanovska-Stefanova, Aneta and Atanasoski, Drasko and Chachorovski, Zoran (2017) *Influence of the politics on freedom of the media*. *US China Law Review*, 14 (5). pp. 311-319. ISSN 1548-6605 (Print) 1930-2061 (online)
- Макијавели Николо, (2009), *Владетелот*, Ѓурѓа Скопје