

IDEA

International Journal *of Science and Arts*

ИДЕЈА Меѓународно списание за наука и уметност



IDEA Int. J. Sci. Arts
ИДЕЈА Меѓунар. Спис. Наук. Умет.

VOL.
ГОД. **3**

No.
Број **5**

pp.
стр. **1 - 277**

Skopje
Скопје **2019**

IDEA

International Journal of Science and Arts

ИДЕЈА Меѓународно списание за наука и уметност

IDEA Int. J. Sci. Arts	VOL.	NO.	pp.	Skopje
ИДЕЈА Меѓунар. Спис. Наук. Умет.	Изд.	Број.	стр.	Скопје
	3	5	1-277	2019

International Journal of Science and Arts – IDEA

Меѓународно списание за наука и уметност – ИДЕЈА

Publisher

European University – Republic of Macedonia

About the publisher

Prof. Bojo Andreski, PhD, EURM (Macedonia)

INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD**Prof. Stojanka Maneva-Chuposka, PhD, Chancellor, EURM (Macedonia);**

Assoc. Prof. Biljana Andreska Bogdanovska, PhD, Faculty of Economics, EURM (Macedonia); Prof. Lidija Naumovska, PhD, Faculty of Economics, EURM (Macedonia); Prof. Savica Dimitrieska, PhD Faculty of Economics, EURM (Macedonia); Prof. Elizabeta Stamevska, PhD Faculty of Economics, EURM (Macedonia); Ogniyana Stoichkova, PhD, Faculty of Economics, University of finance, business and entrepreneurship, Sofia (Bulgaria); Assoc. Prof. Yakim Kitanov, PhD, Faculty of Economics, University of finance, business and entrepreneurship, Sofia (Bulgaria); Assist. Prof. Virginiya Zhelyazkova, PhD, Faculty of Economics, University of finance, business and entrepreneurship, Sofia (Bulgaria); Assist. Prof. Dinka Zlateva, PhD South-West University "Neofit Rilski", Faculty of Economics, Blagoevgrad (Bulgaria); Prof. Zdravko Špirić, PhD Green infrastructure Ltd., Zagreb (Croatia); Prof. Mile Matijević, PhD Faculty of Legal Sciences, University of Business Studies, Banja Luka (Bosnia and Hercegovina); Prof. Slobodan Sajnovski, PhD, Faculty of Law, EURM (Macedonia); Prof. Zeljko Bratulovic, PhD, Department of History of Law and State, University of Rijeka (Croatia); Assist. Prof. Zeynep Ece Ünsal, PhD, Başkent University- Ankara (Turkey); Assist. Prof. Abdullah İslamoğlu, PhD, İstanbul University – İstanbul (Turkey); Prof. Atanas Kozarev, PhD, Faculty of Detectives and Criminology, EURM (Macedonia); Assist. Prof. Aleksandar Nacev, PhD, Faculty of Detectives and Criminology; Assist. Prof. Žarko Čulibrk, PhD, Faculty of Security and Protection, Banja Luka, Republic of Srpska (Bosnia and Hercegovina); Prof. Zdravko Skakavac, PhD, Faculty for Legal and Business Studies dr. Lazar Vrkatić, Novi Sad, Union University, Belgrade (Serbia); Prof. Ljubo Pejanovic, PhD, Faculty of Law and Business Studies dr. Lazar Vrkatić, Novi Sad, University Union, Belgrade (Serbia); Prof. Boris N.Krshev, PhD Faculty for Law and Business Studies Dr. Lazar Vrkatic, Novi Sad (Serbia); Prof. Miroslav Milutinović, PhD, College of Professional Studies of Traffic Management, Niš (Serbia); Eneko Sanz, PhD Band Research, Barselona (Spain); Prof. Gordana Vrencoska, PhD, Faculty of Art and Design, EURM (Macedonia); Prof. Marina Kocareva Ranisavljev, M.Sc. School of Textile Design, Technology, and Management, DTM, Belgrade (Serbia); Prof. Vlado Vankovski, Faculty of dentistry, EURM (Macedonia); Prof. Hristo Kissov, PhD, Faculty of Dentistry, Medical University of Plovdiv, Bulgaria; Prof. Kujtim Shala, PhD, Head of Prosthodontics Department Dental school -Medical University University of Prishtina,, Hasan Prishtina; Prof. Hasan Mehmeti, PhD, Univesity of Prishtina,, Hasan Prishtina“ Kosovo; Prof. Pietro Zecca, PhD University of Florence, Department of Mathematics and Computer Science "Ulisse Dini" (DIMAI) (Italy); Prof. Zoran Gacovski, PhD, Faculty of Informatics, EURM (Macedonia).

Editor-in-Chief

Assist. Prof. Anita Shesho, PhD, Faculty of Economics, EURM (Macedonia)

Consultant

Prof. Zivko Andreovski, PhD, Faculty of Law, EURM (Macedonia)

Technical Editor

Stefan Jakimovski, Faculty of Informatics, EURM (Macedonia)

Graphic Design

Assoc. Prof. Gordana Vrencoska, PhD, Faculty of Art and Design, EURM (Macedonia)

Cover Illustration

Assoc. Prof. Gordana Vrencoska, PhD, Faculty of Art and Design, EURM (Macedonia)

Proofreader (Macedonian)

Valentina Bacvarovska

Lenka Karadzovska

Proofreader (English)

Marija Dragovic, MA

Elena Prendjova, MA

UDC: "St. Kliment Ohridski" Library – Skopje

Copies: 50

Frequency: 2 Issues Per Year**Address**

European University – Republic of Macedonia

Kliment Ohridski Blvd 68

Skopje 1000, Macedonia

Telephone: +389 2 320 2020

Fax: +389 2 320 2030

Email: idea@eurm.edu.mkwww.eurm.edu.mk

Почитувани читатели,

Пред нас е петтиот број на Меѓународното списание за наука и уметност ИДЕЈА. Основната замисла во развивањето на идејата за издавање на меѓународно научно списание беше да се даде можност за објавување на размислувањата и истражувањата на авторите кои третираат актуелни теми и проблематики на денешницата. Главното тежиште за анализа во претходните четири броја беше поврзано со разработување на конкретна проблематика која влијае на секојдневниот живот, разгледувана од повеќедимензионален пристап. Во овој број авторите даваат осврт, мислење и заклучоци по однос на актуелни проблематики кои се предмет на нивен потесен интерес. На овој начин овозможивме збогатување на содржините на опфатените трудови, кои можат да бидат од интерес за поширока публика.

Презентираните трудови на авторите содржат сублимирани истражувања и докази поврзани со различни аспекти од практичната имплементација на проблематики од областа на економијата, информатиката, правото и политиката, уметноста, медицинските науки и здравството, безбедноста, филозофијата и книжевноста. Се вели „големите тврдења бараат и големи докази“. Третирајќи теми од областа на економијата, авторите прават осврт на проблемите поврзани со невработеноста, развивање маркетинг стратегии и изградба на бренд, претприемништво и мотивација, воведување нови технологии во водењето на бизнисите со цел обезбедување конкурентност на домашен и меѓународен пазар, како и анализа на меѓународните трговски системи. Во областа на информатичките науки авторите се осврнуваат на тековните трендови на биометриката, како и евалуација на примената на е-услугите на ниво на локална самоуправа. Авторите кои обработуваат теми од областа на правото и политиката се осврнуваат на проблеми поврзани со актуелните политички интереси и уставни промени во Република Македонија, арбитража наспроти државно судење, како и заштита на основните човекови права. Обработувајќи теми од областа на уметностите, авторите се осврнуваат на изградбата на идентитетот преку облеката, примена на современи технологии во модната индустрија, како и примена на квантната физика во ликовната уметност. Понатаму, авторите, третираат различни аспекти на безбедноста, како анализа и обработка на разузнавачки податоци, анализа на еколошката безбедност, управување со безбедноста и здравјето при работата. Во овој број се застапени и теми од областа на медицината, потесно подрачје стоматологија, односно дентална медицина, каде што авторите обработуваат повеќе теми поврзани со оваа проблематика. Од областите филозофија и книжевност опфатени се теми поврзани со анализа на влијанието на моралот и етиката врз културата и секојдневниот живот, како и анализа на причините зошто одредена поетска форма станува книжевна мода.

Искрено веруваме дека презентираниите сознанија и заклучоци на авторите, во голема мера ќе ги доближат разработуваните теми до секој од вас, а воедно ќе претставуваат мотив и инспирација за понатамошни истражувања. Исто така, изразуваме надеж дека ова меѓународното списание и во иднина ќе претставува место каде што ќе се вкрстуваат идеите и размислувањата на голем број автори од земјата и од светот.

Главен и одговорен уредник
доц. д-р Анита Шешо

Dear readers,

You are holding the 5th issue of "IDEA", an International Journal of Science and Arts. The idea behind publishing an international scientific journal was to offer authors that tackle modern subjects and problems a possibility to publish their research. The main focus of analysis of the previous four issues was researching a specific problem area that affects everyday life, addressed by a multidimensional approach. In the present issue authors provide their views, findings, and conclusions on current issues that are part of their field of study. By doing so, we have provided an enriched content of the published papers that can be of interest to a wider public.

The authors' papers laid out in this issue have thorough research and findings connected to different aspects of practical implementation of subjects from the field of economics, IT, law and politics, art, medical studies and healthcare, security, philosophy, and literature. "Great statements ask for great evidence." By tackling economy-related topics, the authors review issues such as unemployment, developing marketing strategies and brand development, entrepreneurship and motivation, introducing new technologies in business management that aim to secure competitiveness both on domestic and international markets, as well as analysing international trading systems. As for the field of IT, authors focus on current trends in biometrics, as well as evaluation of e-service application by the local governance. Authors that research subjects related to law and politics address the current political interests and constitutional changes in the Republic of Macedonia, arbitrage vis-à-vis state persecution, as well as basic human rights protection. Researching art-related subjects, the authors analyse identity development through use of clothing, application of modern technologies in the fashion industry, as well as applying quantum physics in fine arts. Authors also discuss various aspects of security, analysis and processing of intelligence data, environmental safety, health and safety management at the workplace. This issue includes topics from the field of medicine and dentistry where authors dwell on several related subjects. The papers from the field of philosophy and literature look at subjects related to the influence of morality and ethics on the culture and everyday life, and an analysis of the reasons why a certain lyrical form becomes a literary fashion.

We do believe that the findings presented in this paper will bring the subjects discussed closer to the reader and be an inspiration for further research. Likewise, we hope that this international journal will become the crossroads of ideas of many authors from the country and abroad.

Editor-in-Chief

Asst. Professor Anita Shesho, PhD

IDEA Int. J. Sci. Arts ИДЕЈА Меѓунар. Спис. Наук. Умет.	VOL. 3 Изд. 3	NO. 5 Број. 5	pp. 1-277 стр. 1-277	Skopje 2019 Скопје 2019
--	--------------------------------	--------------------------------	---------------------------------------	--

Содржина

ЕКОНОМИЈА

Zoran Jolevski, PhD; Biljana Andreska-Bogdanovska, PhD; Filip Jolevski PhD Candidate

MULTILATERAL TRADING SYSTEM ON CROSSROADS11

Проф. д-р Савица Димитриеска, м-р Тања Ефремова

ГРАДЕЊЕ НА МЕЃУНАРОДЕН ЛУКСУЗЕН БРЕНД.....19

Проф. д-р Билјана Андреска Богдановска

УЛОГАТА НА ЖЕНИТЕ ПРЕТПРИЕМАЧИ ВО МЕЃУНАРОДНИОТ БИЗНИС.....27

Prof. Aleksandra Stankovska, PhD

INNOVATION IN BANKING.....37

Проф. д-р Зоран Јолевски, Проф. д-р Билјана Андреска-Богдановска

ДВИЖЕЊЕ КОН ПЕРСОНАЛИЗИРАНА ЕКОНОМИЈА И ПРОМЕНИТЕ

КОИ ПРОИЗЛЕГУВААТ ОД НЕА.....41

Проф.д-р Елизабета Стамевска, Проф.д-р Билјана Андреска Богдановска, Проф.д-р Васко Стамевски

ИМПАКТОТ НА ОРГАНИЗАЦИСКАТА КУЛТУРА И ДЕЛОВНАТА ЕТИКА ВРЗ

КОРПОРАТИВНИОТ РАСТ НА КОМПАНИИТЕ.....49

Asst. Prof. Anita Shesho, PhD

IMPLEMENTATION OF EMERGING TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING57

Проф. д-р Зоран Колев

УМЕТНОСТ И ПАРИТЕ.....65

М-р Верица Најдовска, доц. Александра Андреска Саревска

АНАЛИЗА НА БРЕНД КАПИТАЛОТ КАКО СТРАТЕГИСКИ МОСТ - ОДРАЗ НА МИНАТОТО И

ПАТОКАЗ ЗА ИДНИНАТА.....71

Асс. м-р Верица Неделковска

ВЛИЈАНИЕТО НА КУЛТУРНИТЕ РАЗЛИКИ ВРЗ ИЗБОРОТ НА МОДЕЛ ЗА МОТИВАЦИЈА.....79

Асс. м-р Верица Најдовска

ВЛИЈАНИЕ НА ПРОДАЖНАТА ПРОМОЦИЈА ВРЗ ОДЛУКАТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ ПРИ

КУПУВАЊЕ НА ПРОИЗВОДИ ЗА ШИРОКА ПОТРОШУВАЧКА.....85

М-р Антониела Стамевска

ИНОВАТИВНИ МАРКЕТИНГ-ТЕХНИКИ.....95

Marija Dragovic MA

TEACHING BUSINESS ENGLISH IN HIGHER EDUCATION CONTEXT.....101

Проф. д-р Моника Марковска, Проф. д-р Божидар Миленковски, д-р Сашо Додовски СОЦИЈАЛНИТЕ ИНОВАЦИИ ВО ФУНКЦИЈА НА НАМАЛУВАЊЕ НА МЛАДИНСКАТА НЕВРАБОТЕНОСТ	105
ИНФОРМАТИКА	
Zoran Gacovski, PhD; Stefan Jakimovski AUTHENTICATION METHODS AND BIOMETRICS: CURRENT TRENDS AWARENESS.....	111
Zoran Gacovski, PhD; Ilija Gjorgjiev, PhD EVALUATION OF E-SERVICES AT THE LOCAL GOVERNMENT LEVEL (CITY OF SKOPJE).....	125
ПРАВО И ПОЛИТИКА	
Проф. д-р Слободан Шајноски ПОЛИТИЧКИТЕ ИНТЕРЕСИ И УСТАВНИТЕ ПРОМЕНИ ВО МАКЕДОНИЈА.....	137
Доц. д-р Марјан Габеров СЕМЕЈНО НАСИЛСТВО ВРЗ ЖЕНИ РОМКИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА.....	145
М-р Ебру Ибиш ЕТИОЛОГИЈА НА МАЛОЛЕТНИЧКИОТ КРИМИНАЛИТЕТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА.....	151
Дијана Ѓоргиева, Зорица Стоилева АРБИТРАЖА VS ДРЖАВНО СУДЕЊЕ.....	159
М-р Ебру Ибиш КОНВЕНЦИЈА ЗА ПРАВАТА НА ДЕТЕТО КАКО ВАЖЕН ДОКУМЕНТ ЗА СПРОВЕДУВАЊЕ НА МАЛОЛЕТНИЧКА ПРАВДА.....	167
АРТ И ДИЗАЈН	
Prof.Stojanka Maneva-Chuposka-Jana, Ph.D CLOTHING AS A UNIQUE SOCIAL AND IDENTITY CODE	175
Marina Kocareva Ranisavljev, PhD; Mirjana Reljić PhD, FROM UNIQUE TO MASS PRODUCTION – APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGY IN FASHION INDUSTRY.....	185
Доц. м-р Благојче Наумоски КВАНТНАТА ФИЗИКА - ПРЕДИЗВИК ЗА СОВРЕМЕН ЛИКОВЕН ИЗРАЗ.....	195
БЕЗБЕДНОСТ	
Доц. д-р Александар Нацев ОБРАБОТКА И АНАЛИЗА НА РАЗУЗНАВАЧКИ ПОДАТОЦИ.....	201
Проф. д-р Марјан Богданоски, Доц. д-р Александар Нацев СОВРЕМЕНИ АСПЕКТИ НА ЕКОЛОШКАТА БЕЗБЕДНОСТ.....	207
Доц. д-р Марија Гроздановска, Проф. д-р Иван Ефремовски УПРАВУВАЊЕ СО БЕЗБЕДНОСТА И ЗДРАВЈЕТО ПРИ РАБОТА.....	213

МЕДИЦИНА И ЗДРАВСТВО**Ванковски В., Вујасин С., Василева- Гешоска К., Дејаноска Т.**

СТОМАТОЛОШКА СУПРАСТРУКТУРА -

ПРИЧИНА ЗА ПОСТИМПЛАНТОЛОШКА КОМПЛИКАЦИЈА221

Вујасин С., Бундевска Ј., Кокаланов В., Дејаноска Т., Ванковски В., Василева- Гешоска К.

ДИСТРИБУЦИЈА НА ОКЛУЗАЛНИ ВЕРТИКАЛНИ СИЛИ КАЈ МОСТОВНА КОНСТРУКЦИЈА

СО ДВА НОСАЧИ И ДИСТАЛНО ПРОДОЛЖЕН ЧЛЕН.....227

Ana Belazelkovska Grezlovska

PREDICTING PROGRESSION OF PERIODONTAL DISEASE USING METHODS OF RISK

ASSESSMENT.....237

К.В. Гешоска, В. Ванковски, А.Б. Грежловска, С. Вујасин

ЕВАЛУАЦИЈА НА МАРГИНАЛНА ПРЕЦИЗНОСТ КАЈ ДЕНТАЛНИ ЕСТЕТСКИ КОРОНКИ...245

Проф. д-р Митко Ивановски

ЗДРАВЈЕТО НА РОМИТЕ – ЕДНА ОД РАНЛИВИТЕ ПОПУЛАЦИИ НА БАЛКАНОТ253

ФИЛОЗОФИЈА И КНИЖЕВНОСТ**д-р Зоран Крстевски**

МОРАЛ И ЕТИКА.....263

Elena Prendjova, M.A.THE SONNET CRAZE OF THE RENAISSANCE VS. THE SLAMAZE OF THE "POST
MILLENNIALISM".....271

MULTILATERAL TRADING SYSTEM ON CROSSROADS

UDC: 339.5

*Original scientific paper***Zoran Jolevski, PhD¹; Biljana Andreska-Bogdanovska, PhD¹; Filip Jolevski PhD Candidate²**¹*European University – Republic of Macedonia, Skopje, Macedonia*²*George Mason University, USA*

Abstract

In recent years we have witnessed the crisis in the multilateral trading system, primarily because of the inability of the Doha Development Agenda to produce results after 17 years of negotiations. The reasons are complex – large number of participants in these negotiations which complicates reaching the consensus, and the different interests of individual groups of states, among many more. Parallel to this, we are witnessing the proliferation of regional integration agreements. In the last decade, negotiations for two mega regional integration has begun, one between the countries of North and South America, Asia and Australia, the so-called Trans-Pacific Partnership, and the second between the EU and the US, called the Trade and Investment Transatlantic Partnership. For the world economy, it is most advantageous that the regionalism and multilateralism develop in parallel, which is why it is necessary to accelerate and, within a reasonable time, to complete the ninth round of multilateral trade negotiations called the Doha Development Agenda.

Key words: multilateral trading system, regional integration, WTO, Doha Development Agenda, trade negotiations.

The multilateral trading system that was created 70 years ago by entering into force of the General Agreement on Tariffs and Trade is facing serious challenges. For the past two decades, it has been in the status quo and has failed to deliver the outcome required by the Doha Ministerial Declaration adopted in 2001. Since the beginning of the Doha Development Agenda, the last round of multilateral trade negotiations, deadlines have been constantly prolonged.

The First Fifty Years of the Multilateral Trading System

Towards the end of the Second World War, the vision for the organizational architecture of the world economy consisted of three pillars: the International Monetary Fund, whose task is to ensure stability in the functioning of the international monetary system; the World Bank Group, by providing financing for the

reconstruction and development of low-income economies; and the International Trade Organization (ITO) that was supposed to provide regulation for the development of international trade and employment.

The first two pillars were established before the end of the Second World War, in 1945. But the creation of the third pillar of the world economy, ITO faced challenges from the very beginning. The Preparatory Committee for the drafting the Charter of the ITO, established by the UN Conference on Trade and Employment, after over a year of work and the four meetings held between October 1946 and March 1948 failed to produce the agreement for establishment of the ITO.

The initial failure to establish the ITO was followed by extensive efforts to improve the environment in which the international trade was taking place. From 1946 to 1994, eight multilateral rounds of trade negotiations were held, which resulted in a substantial decrease of the customs protection, as well as improvement of the discipline in the use of national regulations for international trade. According to Chad P. Bown and Douglas A. Irwin (2015) "height of tariff barriers on the eve of the 1947 Geneva conference that established the GATT and negotiated the first postwar tariff reductions... among the key GATT participants – the United States, Western Europe, and Japan – was about 22 percent at the time of the first Geneva conference".¹ After the eight rounds of multilateral trade negotiations, that is, after the implementation of the results of the Uruguay Round, according to the study of the GATT Secretariat (1994) the average duty on industrial products in the US is 3.5%, the EU 3.6% and Japan 1.7%. In addition, the number of tariff lines with binding duties has been seriously increased. Namely, upon the transformation of GATT into the World Trade Organization (WTO), developed economies accepted commitments for all tariff lines of agricultural products, 99% of industrial products, while emerging markets implemented constraints on 73% of tariff lines of industrial products². So, in the first 50 years of the multilateral trading system, the customs protection level has been substantially reduced. For developed countries, customs protection is reduced to a minimum for most products, especially from the manufacturing sector. The second benefit of the established trade system is that countries have undertaken commitments for the maximum level of customs duties for almost all products. This contributes to increase of the predictability for the exporters.

In addition to the reduction of tariffs, the Kennedy, Tokyo, and especially the Uruguay Round of multilateral trade negotiations introduced a greater discipline in the use of the instruments of national foreign trade policies. Especially successful was the Uruguayan Round, which finished with the adoption of the Final Act of Marrakesh in 1994, and the establishment of the World Trade Organization. The Final Act of Marrakesh, in addition to improving the regulation of trade in goods, contains agreements on: regulating international trade in services, the trade-related investment measures, and incorporates protection of rights arising from intellectual property. The trade in textile products was fully integrated in the regulation that applies to other manufacturing products. At the same time, rules for agricultural products have been established, especially on the use of subsidies, which were particularly high in this sector. It also improved and clarified the anti-dumping and countervailing measures using safeguards, technical barriers to trade, customs valuation, and the rules of origin.

¹ Bown, Chad and Irwin, Douglas. 2015, *The GATT's Starting Point: Tariff Levels circa 1947*, National Bureau of Economic Research, Cambridge, USA, p. 17

² GATT, *Results of Uruguay Round of Multilateral trade Negotiations – Market Access for Goods and Services: Overview of the Results*, Geneva, November 1994, p.26

At the same time, regulations on regional integrations, which are becoming increasingly important, have improved.

The multilateral trading system has been especially strengthened with the new dispute resolution mechanism, which introduced procedures with precisely determined deadlines for each phase of the dispute settlement resolution. Among those is the introduction of decision making procedures for adoption of the Reports of Panels and Appellate Body. Reports will not come in the force only if there is consensus not to adopt them, so called, negative consensus. This has improved the effectiveness in resolving disputes arising from the implementation of the arrangements that have been agreed during the Uruguay Round. "The effectiveness of the dispute settlement mechanism in the WTO is also result of the fact procedure that the members of WTO are responsible for implementing decisions as well as monitoring their implementation, and not the Secretariat of the organization".³

The analysis of the multilateral rounds of trade negotiations, are showing that they are becoming more complex both in terms of the number of countries and in terms of the issues that are on the negotiation agenda. The first four multilateral rounds were dedicated only to the reduction of tariffs and 13 countries (in the second round held in 1949) and 38 countries (in the third round in 1951) were involved in them⁴. In the sixth round of the multilateral trade negotiations, the Kennedy Round, in addition to the tariff negotiations, unsuccessful efforts were made to improve the discipline in anti-dumping procedures. In the Kennedy Round 62 GATT Contracting Parties participated. The next, Tokyo round, beside the negotiations for reducing tariffs, efforts were made to harmonize regulations and introduce greater discipline in the areas such as technical barriers to trade, public procurement, subsidies and safeguards, import licensing procedures, customs valuation, and anti-dumping. In addition, three plurilateral sectoral agreements for beef, dairy products and civil aircraft were adopted. The tariff bindings in the first round of multilateral negotiations covered an import worth \$10 billion. The results of the Tokyo round had an impact on \$ 155 billion, and from the Uruguayan round the reduction of customs covered about \$ 3.7 trillion worth of imports in 123 states.

Year	Place/name	Subjects covered	Countries
1947	Geneva	Tariffs	23
1949	Annecy	Tariffs	13
1951	Torquay	Tariffs	38
1956	Geneva	Tariffs	26
1960-1961	Geneva, Dillon Round	Tariffs	26
1964-1967	Geneva, Kennedy Round	Tariffs and anti-dumping measures	62
1973-1979	Geneva, Tokyo Round	Tariffs, non-tariff measures, "framework" agreements	102

³ Jolevski, Zoran (2006), *World Trade Systems*, Matica, Skopje, p. 258

⁴ Ibid. (page 25)

1986-1994	Geneva, Uruguay Round	Tariffs, non-tariff measures, rules, services, intellectual property, dispute settlement, textiles, agriculture, creation of WTO, etc.	123
-----------	-----------------------	--	-----

The Status Quo of the 21st Century

The Uruguay Round Negotiations lasted for 8 years – from 1986 to 1994. The current round of multilateral trade negotiations began with a delay, in December 2001, at the Doha Ministerial Conference and, today, after 17 years, its completion is still uncertain. The greatest achievement in these 17 years is the adoption of the Trade Facilitation Agreement, which came into force on 22nd February 2017.

The slow progress is a result of the different interests of the WTO members. The early rounds of multilateral trade negotiations were conducted mainly by the developed countries and managed to impose their positions, while, at the same time, making concessions for the least developed and developing countries. With the membership of China and Russia and with the economic development of Brazil and India, there has been a change in the balance of negotiations in the current round of multilateral negotiations. Member states agree that the least developed countries should be assisted in their efforts to become more integrated in international trade. One of the main challenges in this round of trade negotiations is that some members, such as China, India, Brazil and others, want to keep the treatment of developing countries and the privileges that emerge from it, although they are important economies. For example, if the absolute value of the gross national domestic product is used as the indicator, China is in second place in the world with a GDP of \$11 trillion, India is the seventh largest national economy with a GDP of \$2.1 trillion, and Brazil is the ninth economy with a GDP of \$1.8 trillion in 2017⁵. While per capita these countries may still be lagging somewhat due to within country large inequalities in wealth and income, the overall size of the economies and their technological adaption is far ahead of many countries in sub-Saharan Africa and South Asia. According to the projection of the World Economic Forum and Business Insider UK (Martin & Will, 2018) in 2050, the largest national economy in the world will be China (\$58.5 trillion), the second India (\$44.1 trillion), the fourth Indonesia (\$10.5 trillion) and the fifth largest national economy – Brazil (\$7.5 trillion). If as indicator is used the per capita gross domestic product, the situation is different.

According to Wang Yong (2014), "Lack of agreement on the Doha negotiations reinforced the perception of inefficiency of policy-making at the multilateral trading system. There are a number of factors that explain this, including: the increasing number of new WTO members, which makes it more difficult to coordinate and compromise; the global financial crisis of 2008, which has put the Doha negotiations in a more challenging – and protectionist – context; the lack of support from the business community in developed countries; the different views among developed and emerging economies on the balance of concessions to be made and results to be

⁵Gray, Alex (2017), *The world's 10 biggest economies in 2017*, World Economic Forum и Formative Content

achieved; the dichotomy among emerging economies themselves; and the restructuring of the negotiating powers, with emerging economies like Brazil, India and China exercising more influence but at the same time being reluctant to make market access concessions to meet the demands of some developed countries."⁶

The proliferation of regional trade agreements that has emerged over the past decades has raised concerns over their impact on the multilateral trading system. The relationship between these two processes is complex. Ensuring the compatibility and parallel development of multilateralism and regionalism is one of the most important issues of international trade. In order to avoid the confrontation of multilateralism and regionalism, according to Renato Ruggiero (1996)⁷, the first WTO Director-General, it was necessary to ensure parallel development of these two processes and the initiatives for multilateral liberalization to avoid falling behind the regional ones. The intensification of the liberalization of the multilateral trading system should correspond to the proliferation of regional trade agreements. It has been more than 20 years since the founding of the World Trade Organization and the recommendations of its first General Director, Renato Ruggiero. His recommendation hasn't been implemented.

The multilateralism has become a hostage to the differences between developed industrial countries and countries whose national economies have become significant economic powers. As a result of the inability to reach common positions on most issues within this round of multilateral trade negotiations under the auspices of the WTO, developed countries have started another strategy which consists in concluding bilateral and regional free trade agreements. Also, the last decade, the negotiations started for two mega trade alliances.

These activities resulted in new additional liberalization of the international trade in goods and services, substantially eliminating customs, commitments for opening modes for export of services, strengthening the discipline in the use of foreign trade policy measures, protection of intellectual property, direct foreign investments, etc. What could not be achieved in multilateral negotiations under the auspices of the WTO was achieved through bilateral and regional free trade agreements. According to the latest data, 467 regional trade arrangements have been notified in the World Trade Organization, of which 240 are free trade agreements of goods, 156 agreements for free trade of services, 20 customs union agreements and 51 preferential trade agreements with the least developed countries. As of January 2019, out of these 467 agreements notified to WTO, 291 agreements are in force, 142 for goods, 148 for goods and services and only one for services alone⁸.

While the number is encouraging, their scope and quality are important as well. As has already been pointed out, those arrangements are not just traditional, covering trade in goods, but also services, intellectual rights, direct investments, mutual acceptance certificates, resolution of disputes, etc.

The two mega agreements that have been negotiating over the past decade represent a new quality. These are the Transpacific Partnership (TPP) and the Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP). The United States, Japan, Australia and some other countries planned to implement certain roles through the TTP. Although

⁶ Yong, Wang (2014) *The Political Economy of the Rise of Mega-regionals*, published in *Mega-regional Trade Agreements Game-Changers or Costly Distractions for the World Trading System?*, WEF, Geneva (page 20)

⁷Ruggiero, Renato (1996) "*Multilateralism and Regionalism in Trade, Economic Perspectives*", USAI, Electric Journals, Vol.1, No.16

⁸www.wto.org

China refused to enter the negotiations of TPP, the agreement is structured such that it allows countries on the Pacific to enter the agreement provided that adhere to the rules and conventions set-forth by the establishing parties. While primarily a trade agreement, TPP also includes investments, property rights and other clauses, as well as clauses that require countries to disclose information regarding their monetary policies in order to ensure a smooth conduct of business and foresight for the private sector. With the change of administration, the United States withdrew from negotiations and Australia, Brunei, Vietnam, Japan, Canada, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore and Chile continued with negotiation and reached the consensus on the text. Some provisions that were priority of the USA were not included, since there was no such interest from other countries. The Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership was signed on 8 March 2018 and entered into force on 1st January 2019. This mega agreement is creating huge free trade area in the Pacific. Members will benefit from free trade and from the agreed discipline in the other areas, such as direct investment and intellectual property protection. Countries members of the free trade area are expecting not just the increase of trade flows, but increase of foreign investments from the companies of the region. That will increase the employment and the GDP. Therefore, the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership is very attractive and we can expect that other countries from the region would have interest to join. The original structure of the Agreement was open-ended, that means countries who would like to accept the rules could join the free trade area. Geographic widening the acceptance of the rules agreed by the signatories of the agreement indirectly increases the importance of mega agreements. They step forward in the liberalization of international trade outside of the existing multilateral framework of trade.

Conclusion

The multilateral trading system is at a crossroads. In order to succeed progress must be made to conclude negotiations of the Doha Development Agenda in the next few years. The alternative to the failure is marginalization of the WTO in the process for negation of the regulations of the international trade rules. This will leave room for regional trade integrations to become dominant, and take primacy over multilateral trading system. It also opens the possibility of emergency of trade blocks, especially mega trade agreements, which will indirectly impose regulation of international economic relations. There is also a danger, especially mega trade agreements, to isolate certain countries, which is in collision with one of the most important principles of the multilateral trading system, which is the principle of non-discrimination. At the same time, regional trade integration and mega trade agreements can be used for reinforcing the WTO administered regulation. In order to avoid potential adverse effects, it is necessary that multilateralism and regionalism develop in parallel.

References:

1. Bown, Chad и Irwin, Douglas, *The GATT's Starting Point: Tariff Levels circa 1947*, National Bureau of Economic Research, Cambridge, USA, 2015.
2. GATT, *Final Act Embodying the Results of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*, Uruguay Round Trade Negotiation Committee, Мапакеш, 15.4.1994 г.
3. GATT, *The Results of Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations – Market Access for Goods and Services: Overview of the Results*, Geneva, November 1994
4. Gray, Alex *The world's 10 biggest economies in 2017*, World Economic Forum и Formative Content, 2017
5. Jolevski, Zoran *World Trading System*, Matica, Skopje, 2006
6. Martin, Will *These will be the most powerful economies in the world by 2050*, World Economic Forum и Business Insider UK, 2018
7. Ruggiero, Renato *Multilateralism and Regionalism in Trade, Economic Perspectives*, USAI, Electric Journals, Vol.1, No.16, 1996
8. Yong, Wang *The Political Economy of the Rise of Mega-regionals*, објавено во *Mega-regional Trade Agreements Game-Changers or Costly Distractions for the World Trading System?*, WEF, Женева, 2014 г.
9. www.wto.org

ГРАДЕЊЕ НА МЕЃУНАРОДЕН ЛУКСУЗЕН БРЕНД

UDC: 658.626-021.479:339.5.017

Прегледен труд

Проф. д-р Савица Димитриеска¹, м-р Тања Ефремова²*Европски универзитет - Република Македонија¹**Народна банка на Република Македонија²*

“Некои луѓе сметаат дека луксузот е спротивност на сиромаштијата. Не е така!

Луксузот е спротивност на вулгарноста”

Коко Шанел

Апстракт

Голем број маркетинг експерти, консултанти, менаџери и академици го поставуваат прашањето како да се изгради глобален успешен луксузен бренд. Како тие брендови да ги задоволат потребите и вкусовите на потрошувачите во различно време и на толку различен простор. Кои се фактори на успех за пробив на овие брендови на глобалниот пазар. Кои чекори треба да ги направат компаниите за луксузни производи за да бидат присутни насекаде низ светот. Со глобализацијата на пазарот и профилацијата на новите дигитални технологии, потрошувачите добиваат “ново лице” и искажуваат посоефицирани барања од една страна, а компаниите мора да применат пошироки и покомплексни компаративни решенија во однос на конкуренцијата за да допрат до потрошувачите од друга страна.

Овој труд се обидува да им помогне на компаниите да применат одреден редослед на чекори за полесен настап на нивните луксузни производи на глобалниот пазар.

Клучни зборови: *луксузни производи, маркетинг, дигитални технологии, глобален пазар*

BUILDING A GLOBAL LUXURY BRAND

“Some people think luxury is the opposite of poverty. It is not!

It is the opposite of vulgarity.”

Coco Chanel

Abstract

Many marketers, experts, consultants, managers and academics around the world still ask the question how to build a global successful luxury brand. How these brands can meet the needs and tastes of consumers at different

times and in so much different locations. What are the success factors for the breakthrough of these brands in the global market. What steps luxury companies need to make to be present around the world. With the globalization of the market and the profiling of new digital technologies, consumers get a "new face" and perform more sophisticated demands on one hand, and companies have to apply wider and more complex comparative solutions against their competition to reach consumers on the other. This paper is trying to help companies to apply a certain sequence of steps for easier performance of their luxury products in the global market.

Keywords: *Luxury products, marketing, digital technologies, global market*

Вовед

Луксузните производи, традиционално, подразбираат производи со висок квалитет и префинетост. Поимот “луксуз” се поистоветува со “скапо” или “ексклузивно”¹. Со глобализацијата на пазарот и профилација на новите дигитални технологии, потрошувачите на луксузни производи добиваат “ново лице” и софистицирани потреби, а компаративниот сет на компаниите станува побогат и поширок. Луксузните производи се карактеризираат со осум значајни карактеристики²:

-Висок квалитет: квалитетот на луксузните производи не е случаен. Тој е резултат на висок ангажман, креативност, занаетчиски вештини, естетика, искрен напор и вешта изработка. Луксузот сам по себе е синоним за висок квалитет.

-Реткост: луксузните производи имаат краток животен циклус. Токму заради оваа карактеристика тие оддаваат впечаток дека се ретки. Природната и вештачка реткост генерираат вештачка побарувачка и желба кај потрошувачите.

-Премиум цена: нема луксуз без премиум (екстра) цена. Цената го генерира луксузниот статус во мислите на потрошувачите. За да се одржи перцепцираната висока вредност и квалитет, цената се формира на повисоко ниво од очекувањата на потрошувачите.

-Продажно место: во принцип, луксузните брендови можат да се најдат во големите меѓународни метрополи, но во исклучиво специјални продавници (најчесто лиценцирани). Секое продажно место каде што доаѓа потрошувачот е место на искуство со брендот. Естетиката, занаетчиството, креативноста, високата уметничка вредност не се врзани само со физичката или виртуелната средина каде што брендот се продава, туку и со секоја точка каде што потрошувач го искусува брендот.

-Презентерство: филмски актери, музичари, врвни спортисти, членови на кралски семејства, ТВ-личности, модни модели и дизајнери привлекуваат внимание и имаат влијание врз потрошувачите кога промовираат производи на специјални настани и на разни модни збиднувања. Користењето на овие селебрити (познати лица) за промоција на луксузните производи е многу позитивно.

¹ Martin Roll; “Five steps to build a strong luxury brand”, Business and Brand Leadership, February 2018

² Sudio Sudarsan; “Luxury Brand Management”, July 2013

-Педигре: историјата и традицијата помагаат за познатост на брендот. Богатата традиција и позадинските семејни стебла околу брендот сплетуваат мистика околу него. Мистиката на брендот му дава подлабоко значење и поголема вредност. Еден грам мистика вреди како тон перформанси.

-Односи со јавноста: модните настани, улогата на селебрити, разговори со дизајнерите градат релевантност на брендот и дијалог со луксузните потрошувачи.

Во Европа луксузниот сектор има креативен департман (или дизајнер) кој се грижи за креативноста, занаетчиските вештини и иновациите. Од другата страна на Атлантикот повеќе акцент се става на персонафикацијата, кастиимизацијата, желбите и чувствата на потрошувачите.

Глобалниот маркетинг на луксузни брендови бара глобален пристап. Уште повеќе што маркетингот на луксузни производи сега вклучува блогови, социјални мрежни платформи, мултимедија и други соодветни напредни технолошки форми. Напредокот во социјалното вмрежување, онлајн видеото и другите комуникациски технологии бараат компаниите да истражуваат нови и различни пазари надвор од нивната културна сфера и национален идентитет. Маркетинг менаџерите мора да заземат глобален пристап кон брендирањето и стратегиите за комуницирање. Луксузните маркетери мора да бидат свесни за регионалните разлики, но и да испорачаат вистинска брилијантност на брендот до потрошувачите.

Содржина

Vigneron и Johnson³ го дефинираат луксузниот бренд како “екстреман крај на брендовите од престижната категорија.” Постојат повеќе клучни чекори за бренд менаџерите кои се посветени на изградбата на луксузни брендови. Во продолжение се дадени следните⁴:

1. Идентификација на niche (концентриран) сегмент

Пазарни сегменти се групи на потенцијални потрошувачи кои имаат посебни карактеристики, однесувања или потреби. Потрошувачите се делат во различни групи кои имаат извесен степен на хомогеност. Со сегментирање на пазарот, потрошувачите поефикасно можат да ги задоволат своите потреби со соодветни производи. (Sarvary & Elberse, 2006)⁵. При создавањето на сегменти, маркетерите користат демографски карактеристики, како пол, возраст и приход, додека другите недемографски

³ Vigneron, F., & Johnson, L. W. “A review and a conceptual framework of prestige seeking consumer behavior”, Academy of Marketing Science Review, 1999

⁴ Martin Roll; “Five steps to build a strong luxury brand”, Business and Brand Leadership, February 2018

⁵ Sarvary, M. & Elberse, A. “Market segmentation, target market selection, and positioning”, Harvard Business School. Module Note 506-019. 2006

карактеристики како локација, вредности, вкусови, преференции повеќе се користат за луксузните производи. Психографските карактеристики како интереси, активности и мислења се ефективни кога брендот треба да се засили на одреден пазар. Маркетерите на луксузни брендови развиваат креативни начини за сегментирање на нивните пазари со оглед на тоа што тие брзо се менуваат со глобализацијата, технологијата и зголемениот интерес за овие производи од страна на помладите потрошувачи. Cooper⁶ тврди дека “со богатството на дигитални платформи и социјални медиуми, многу луксузни брендови ги користат Facebook, Twitter, YouTube и други апликации кои се достапни до богати, млади и технички едуцирани потрошувачи.”

Еден од фундаменталните принципи на глобалното брендирање е да се идентификува луксузен сегмент кон кој компанијата ќе го таргетира позиционирањето. Ова е многу важно со оглед на тоа што луксузните се разликуваат од обичните (конвенционални) производи. Луксузните производи имаат висока симболична вредност која ја нудат на избран сегмент на потрошувачи кои бараат високостатусни производи. Прв чекор на компаниите кои сакаат да продаваат луксузни производи е да утврдат нивен сегмент на богати потрошувачи и да понудат високософистицирани производи. На пример, Џорџио Армани брендот глобално е познат по високиот квалитет и перфектно дизајнираната облека за мажи. Но, од неодамна компанијата Армани објавила дека ќе произведува Армани-џинс за американскиот тинејџерски пазар. Изборот на овој пазар е значаен и за голем бренд како Армани.

2. Позиционирање врз основа на високо ниво на диференцијација

Со цел поголема конкурентност на пазарот, глобалните брендови можат да ја следат стратегијата на лидерство со цени или стратегијата на диференцијација (агресивна различност од конкурентските производи). Пример, Southwest Airlines е лидерски бренд кој континуирано ја применува стратегијата на диференцијација. Основа за диференцијација е комплетната ценовна стратегија и корпоративната култура.

За да бидат успешни, глобалните маркетери треба да развијат соодветни стратегии за позиционирање. Akaka and Alden⁷ утврдиле дека “престижот и квалитетот на брендот се значајни фактори во позиционирањето на глобалните брендови”. Aaker and Shansby⁸ зборуваат за шест пристапи за позиционирање на луксузните брендови и тоа: атрибути, цена-квалитет, корисност или апликација, производ-корисник, производна класа и конкуренција. Многу европски луксузни брендови ја користат позицијата - атрибут врз основа на долгата историја на занаетчиска вештина и квалитет, како на пример

⁶ Cooper, L. “Five strategies for a successful global brand”, Marketing Week, 12 – 16, 2010

⁷ Akaka, M.A. & Alden, D.L. “Global brand positioning and perceptions: international advertising and global consumer culture”. International Journal of Advertising, 29(1), 37, 2010

⁸ Aaker, D.A. & Shansby, J.G. “Positioning your product”. Business Horizons, 56 – 62, 1982

Hermes (1837) Louis Vuitton (1854), кои биле основани во 19 век. (Xiao, 2012)⁹ Во однос на позиционирањето засновано на односот цена-квалитет, сите луксузни брендови имаат висока, премиум цена. Вратоврските на Hermes не можат да се најдат под цена од 100 евра, а чадорите на Brigg под 400 евра. Постојат повеќе вратоврски и чадори на пазарот кои наликуваат на брендовите Hermes или Brigg, но не им се достојни во однос на квалитетот. Позиционирањето кое користи апликации се применува кај повеќе луксузни брендови. Имено овие брендови започнале како производители на вообичаени производи. Hermes произведувал седла за коњи, и оттука е неговото лого. Louis Vuitton произведувал обични куфери за париските патувачи. Овие брендови од локални кои произведувале функционални производи за просечни потрошувачи прераснале во глобални луксузни претпријатија со брендови за богати и влијателни потрошувачи. Друга позиција на брендовите е според корисникот или класата на корисници. Daniel Craig кој е познатиот нов актер 007, како глобален луксузен бренд користи Brioni одела, La Perla костими за капење од Италија, Omega часовник од Швајцарија и британско-дизајниран спортски автомобил Aston-Martin. (Cathcart, 2006)¹⁰ Користењето на селебрити и нивното вклучување во маркетингот се успешни тактики кои ги користат голем број глобални маркетери при развивање на имиџот на брендот. Ако производот е доволно добар за Џејмс Бонд, тогаш може да се замисли што тој може да направи за егото и самодовербата на машките потрошувачи на овие брендови. Производ – класа е комплексен однос при позиционирање на луксузните производи, особено во модата. Дизајнерите на облека постојано се реинвентираат со нови категории на облека, како облека за бебиња, за миленичиња, па и користење на различни бренд екстензии, како Hermes велосипеди или Ferrari лаптопи. Стратегијата за позиционирање врз основа на конкуренцијата ја користат големите потрошувачки брендови како Кока Кола и Пепси.

3. Фокусирање на симболичната вредност

Најзначаен елемент при создавање на луксузен бренд е способноста на брендот да создаде и комуницира симболична вредност за потрошувачите. Брендовите вообичаено обезбедуваат два вида на вредности: функционална вредност и симболична вредност¹¹. Функционалната вредност произлегува од карактеристиките и потенцијалната употреба на брендот. Функционалната вредност е основната корист која потрошувачите очекуваат да ја добијат со купувањето на брендот од аспект на квалитет, сигурност, доверба. Како таква таа ја рефлектира материјалната (опиплива) способност на брендот за потрошувачите.

⁹ Xiao, L. "Louis Vuitton or Hermès: From whom can consumers learn?" Insead Knowledge. Retrieved from <http://knowledge.insead.edu>, 2012

¹⁰ Cathcart, B. "The man with the golden typewriter". New Statesman, 135(4818), 54-56, 2006

¹¹ Martin Roll; "Five steps to build a strong luxury brand", Business and Brand Leadership, February 2018

Симболичната вредност произлегува од социјалниот статус на брендот, односно степенот до кој брендот се перципира како елитен од страна на потрошувачите¹². Глобалните луксузни производи мора внимателно да развијат стратегии со кои ќе ги акцентираат нивните симболични вредности. Потрошувачите се спремни да платат премиум (екстра) цена само за такви луксузни производи кои нудат статусно чувство. Еден од начините да се создаде симболична вредност е преку “раскажување приказна” и долго градење на историја на брендот. Речиси евидентно дека сите луксузни производи раскажуваат приказна за своите почетоци и основачи, за одржливите напори и вложениот труд, за вредноста за општеството. Еден добар пример е брендот Ralph Lauren кој ги убедува потрошувачите дека “не создава облека, туку дизајнира сон”.

4. Создавање перцепција на ексклузивност

Луксузните производи нудат перцепција на ексклузивност за потрошувачите која значи недостижно висока цена, ограничена географска расположливост, екстремна реткост, бариери за пошироко поседување на производот, па и лимитирана понуда. На овој начин потрошувачот смета дека со купувањето на луксузни производи ќе добие бренд со специјален статус. Доколку потрошувачот знае дека брендот е реткост и тешко е на располагање за сите, тој ќе направи се за да го добие тој производ. Создавањето на перцепција на ексклузивност создава псевдочувство на побарувачка и е вид на одбрана од конкуренцијата, регуларните економски шокови или рецесијата. Таков пример е лансирањето на ексклузивната Nokia Vertu од страна на компанијата Nokia која го промовирала мобилниот телефон во луксузните простории на Prada, Gucci, Louis Vuitton, со што создала чувство на лимитирана продажба и ексклузивитет. Друг пример на таков бренд е Hermes, чија аура на ексклузивност е резултат на неговата филозофија секогаш да нуди “ултрапремиум луксуз” што можат да си го дозволат само мал број потрошувачи. Овие стратегии на ексклузивност лесно можат да создадат успешни луксузни производи.

5. Испорака на супериорно бренд ветување

Еден од најзначајните предизвици на секој бренд е константно да го испорачува ветувањето на брендот. Успешните брендови создаваат логистички, организациони и оперативни структури кои помагаат во имплементацијата на стратегиите кои исполнуваат дадени ветувања. Луксузните производи не само што треба постојано да испорачуваат симболична вредност, туку треба да проектираат конзистентност и континуитет при секој допир со нив. Пример, Giorgio Armani, италијански луксузен бренд, прави големи напори на сите продажни места низ светот да обезбеди висок квалитет. Дури и во

¹² Martin Roll; “Five steps to build a strong luxury brand”, Business and Brand Leadership, February 2018

услови на рецесија, луксузните производи не смеат да бидат на распродажба, туку држат до својата уникатна вредност.

Заклучок

Градењето на луксузен бренд е своевидно патување. Секоја компанија која претендира да изгради глобален луксузен бренд треба најпрво да го идентификува нише сегментот на потрошувачи, да ја истакне симболичната вредност на брендот, да го позиционира брендот и да определи соодветна стратегија за диференцирање на брендот. Друг предизвик за менаџерите на луксузни брендови е да ги искористи дигиталните и технолошки напредоци. Потрошувачите кои купуваат луксузни брендови не ги купуваат само заради финансиската екстравагантност, туку и поради пасијата која ги асоцира на брендот. Бренд менаџерите кои создаваат луксузни производи мора да ги искористат сите релевантни корпоративни стратегии.

Conclusion

Building a luxury brand is a kind of journey. Every company that pretends to build a global luxury brand should follow few steps, like to identify a niche consumer segment, to emphasize the symbolic value of the brand, to position the brand and to determine the appropriate differentiating strategy for the brand. Another challenge for managers of luxury brands is to use digital and technological advances. Consumers who buy luxury brands do not buy them just because of the financial extravagance, but also because of the passion that it associates with the brand. Brand managers who create lucrative products must use all relevant corporate strategies.

Користена литература

- Aaker, D.A. & Shansby, J.G. "Positioning your product". Business Horizons, 56 – 62, 1982
- Akaka, M.A. & Alden, D.L. "Global brand positioning and perceptions: international advertising and global consumer culture". International Journal of Advertising, 29(1), 37, 2010
- Cathcart, B. "The man with the golden typewriter". New Statesman, 135(4818), 54-56, 2006
- Cooper, L. "Five strategies for a successful global brand", Marketing Week, 12 – 16, 2010
- Martin Roll; "Five steps to build a strong luxury brand", Business and Brand Leadership, February 2018
- Sudio Sudarsan; "Luxury Brand Management", July 2013
- Harlan Whatley: "Creating Affluence Global Luxury Branding and Marketing Strategies", Odessa College, January 2012

Vigneron, F., & Johnson, L.W. “A review and a conceptual framework of prestige seeking consumer behavior”, Academy of Marketing Science Review, 1999

Sarvary, M. & Elberse, A. “Market segmentation, target market selection, and positioning”, Harvard Business School. Module Note 506-019. 2006

Xiao, L. “Louis Vuitton or Hermès: From whom can consumers learn?” Insead Knowledge. Retrieved from <http://knowledge.insead.edu>, 2012

УЛОГАТА НА ЖЕНИТЕ ПРЕТПРИЕМАЧИ ВО МЕЃУНАРОДНИОТ БИЗНИС

UDC:334.722-055.2:339.5-027.511(497.7)

Стручен труд

Проф. д-р Билјана Андреска-Богдановска*Европски универзитет – Република Македонија*

Апстракт

Во овој труд ќе се анализира положбата на жената во општеството и бизнисот, предизвиците со кои се сретнува во претприемништвото, како и решенија кои помагаат во совладување на препреките.

Во современото општество, статусот на жените се менува како резултат на растечката индустријализација и урбанизација, спазматична мобилност и социјално законодавство, сè повеќе и повеќе жени се образуваат, уметнички, технички и стручно и нивниот процент во работната сила е зголемен. Тие се докторки, професорки, дизајнерки, менаџерки. Со ширење на образованието и свеста, жените се префрлија од кујната и ракотворбите, во индустријата, и повисоки нивоа на активности, отворија нови бизниси, влегоа во политиката и управувачките пакети на компаниите. Тие влегоа во светот на претприемништвото.

Клучни зборови: *глобализација, претприемништво, жени претприемачи;*

THE ROLL OF WOMEN ENTERPRENAUERS IN THE INTERNATIONAL BUSINESS

Abstract

This paper will analyze the position of women in society and business, the challenges encountered in entrepreneurship, and solutions that help overcome obstacles.

In contemporary society, the status of women changes, as a result of rising industrialization and urbanization, spasmodic mobility and social legislation, more and more women are educated, artistic, technical and vocational, and the in percentage in the work force has increased. They are doctors, professors, designers, managers. With the spread of education and awareness, women's witched from the kitchen and handicrafts, to the industry, and to higher levels of activity, opened up new businesses, entered the company's policies and management packages. They entered the world of entrepreneurship.

Keywords: *globalization, entrepreneurship, women entrepreneurs;*

Вовед

Глобализацијата го менува деловното опкружување на претпријатијата преку промени на начинот на производство, начини на продажба, дистрибуција и запознавање со нови производи. Интернационализацијата на работење и меѓународната соработка се повеќе ги бришат границите меѓу земјите. Фактори на поттикнување на глобализацијата се: политички промени, развој на технологијата, развој на пазари, трошоци и конкуренција. Од друга страна, ова претставуваат можности за формирање на нови бизниси и развој на претприемништвото. Паралелно со овие трендови сè позначаен е трендот и сè поголемо е присуството на жени во домашното и во меѓународното претприемништво.

Политичката и економска трансформација на многу земји доведе до потреба за еднаква ангажираност на половите. Важен потенцијал за развој на глобалната економија претставува и женското претприемништво. Тоа влијае на смалување на невработеноста, основање бизниси во нови технолошки сфери, примена на нови технологии. Новите технологии, како интернетот, социјални мрежи, видеоконференции, Скајп и др. софтверски платформи, овозможуваат реални информации и идеи за формирање на интернационални бизниси.

Претприемништвото претставува целообразна активност во која се вклучени: квалификувани сознанија за пазарот, обезбедување потребни ресурси за да се задоволат потребите и активирање на ресурсите со цел остварување **профит**! Претприемништвото е катализатор на економскиот развој на земјата и акумулација на капитал. Претприемачите го диктираат економскиот раст со своите постапки и одлуки.

Малите бизниси кои заземаат 70% од светските компании, се сè поактуелни, особено бизнисите во услугите. 60% од вработените во светот (банкарство, ИТ, здравство, судство, образование, агенции), работат во интелектуални услуги, 14% во производство, 4% во земјоделие и другите во разни други индустрии.¹

Женското претприемништво во развиените земји е многу актуелен феномен. Прв научен третман на истото бил објавен во 1976 год во американското списание "Journal of Contemporary Business", "Entrepreneurship: A New Female Frontier", со што е предизвикано внимание на оваа тема. Според статистичките податоци денес една третина од сите бизниси во светот им припаѓа на жени, со стапка на раст и до два пати, во однос на националниот просек во САД.

Претприемништво

Повеќе од еден век малиот бизнис е успешен и широко адаптиран вид на институционално уредување за креирање и дистрибуирање на богатството. Моќта и целта на малите бизниси како и на целиот корпоративен сектор е постојано испитувана и дебатирана. Интеракцијата помеѓу глобалниот економски

¹ Industrija 4/2005

раст и глобалните општествени предизвици доведе до промени во карактерот и однесувањето на малите бизниси како и во очекувањата на јавноста за улогата и одговорноста на малите бизниси во општеството.

Создавањето на малите бизниси е условено од развојот на претприемништвото.

Претприемништво релативно нов поим кој се користи во нашето поднебје. Неговата примена датира уште од 18 век. Прв, научник, кој го вовел поимот – претприемач (entrepreneur) е Ричард Кантијон², кој го поврзал претприемништвото со ризикот.

Потоа се појавиле низа теоретичари кои го разработуваат поимот претприемач и претприемништво.

Што всушност значи претприемач?

Тоа е индивидуа, која презема одреден бизнис потфат, воведувајќи нов производ, или нов пазар, нов начин на дистрибуција на продуктите, или нов начин на производство, при што презема одреден ризик.

Најголем капитал на претприемачот е ИДЕЈАТА за бизнис. Кога ќе се обработи идејата, за нов производ, кој ќе ги задоволи барањата на потрошувачот, ќе се анализира пазарот, ќе се формира целна група, ќе се обезбедат материјални (финансиски) и човечки ресурси, може да се започне со бизнисот. Се разбира дека претприемачот со сето ова, ќе понесе и огромна количина ризик.

Претприемништвото претставува целообразна активност во која се вклучени: квалификувани сознанија за пазарот, обезбедување потребни ресурси за да се задоволат потребите и активирање на ресурсите со цел остварување **профит!**

Претприемачи се луѓе со посебни знаења и вродени (или научени) вештини, кои се способни да вршат претприемачки активности.

Претприемништвото служи како катализатор на економскиот развој на земјата. Тоа е една од најголемите делови за акумулација на капитал. Всушност, економскиот раст е резултат на напорите што ги преземаат претприемачите. Слично на тоа, претприемачите можат да го диктираат економскиот раст со своите постапки и одлуки.

Само активни и ентузијастички претприемачи целосно ги истражуваат можностите на земјата, достапни ресурси - труд, технологија и капитал.

Во развиените економии, потребата од претприемништво е признаена како главен фактор на раст во економијата. Како што бројот на претприемачи во една економија расте, стапката на економски раст е висока, се намалува невработеноста³.

И покрај бројните примери на жени кои успешно управуваат и со најголемите светски компании, особено во тешките економски услови, нивниот удел во претприемништвото е прилично скромн. Токму заради тоа, добро е да се истакнат успешните искуства на жените во бизнисот, сопственички, директорки, за да се мотивираат на нови потфати и иницијативи за зголемување на бројот на жените во највисоките позиции⁴.

²Кралев, Годор: Основи на менаџмент, ЦИМ, Скопје, 2002

³Фити, Т. Хадивасилева-Марковска, В., Бејтмен М., Претприемништво, Економски факултет – Универзитет Кирил и Методија, Скопје, 2007

⁴ <http://lider.events/zene-u-biznisu/>

По прашање на состојбата на вработени жени, не заостануваме многу зад Европа, но тоа не значи дека нема проблеми.

Зошто луѓето сакаат да бидат претприемачи?

Предности: Автономија и независност; Предност да се започне сопствен бизнис; Чувство на достигнување; Контрола на личните финансии.

Слабости: Лично жртвување; Товар на одговорност; Мала толеранција на грешки.

ЖЕНИТЕ ПРЕТПРИЕМАЧИ

Женско претприемништво "е претпријатие во сопственост и контролирано од жени, кои имаат минимален финансиски интерес од 51% од капиталот и даваат најмалку 51% од вработеноста, генерирана во претпријатието на жените".

Во повеќето земји, региони и сектори, поголемиот дел од сопствениците / менаџерите на бизнисот се мажи (од 65% до 75%). Сепак, се повеќе и повеќе жени стануваат заинтересирани за сопственост на мали бизниси и почнуваат со работа. Покрај тоа, стапките на самовработување кај жените се зголемуваат во неколку земји на ЕУ. Иако не постојат официјални статистички податоци поврзани со бизнисите со полот на нивниот сопственик, постојат добри докази кои сугерираат значително зголемување на женското претприемништво⁵.

Според Женската финансиска мрежа, во современото општество во светот, жените започнуваат бизниси, два пати повеќе од мажите. На почетокот, на жените им е потешко да ги развијат своите бизниси, затоа што немаат доволен пристап до ризичен капитал. Причините за тоа лежат во сопственоста, поголемиот процент на приватните имоти им припаѓаат на мажите и затоа жените немаат што да остават како хипотека, за да добијат кредити од банките и други формални финансиски институции. Жените претприемачи претставуваат 10% од бројот на претприемачи во нашата земја. Во целиот свет постои сфаќање дека најдобриот начин за справување со сиромаштијата и овозможување на заедницата да го подобри својот квалитет на живот е преку социјална мобилизација на сиромашните, особено на жените во групи за самопомош. Во последно време се преземени многу иницијативи за зајакнување на институционалниот рурален кредитен систем и се воведени разни развојни програми.

Зајакнувањето на жените преку самопомошните групи, би довело до бенефиции не само на поединечните жени, туку исто така и на семејствата и заедницата како целина, преку колективна акција за развој. Повеќето жени сопственици на бизниси, беа или домаќинки или млади, скоро дипломирани жени, кои се обиделе да најдат работа во други институции, но не успеале.

Без претходни искуства во водењето на бизнис, сопствениците на женски стопанства се традиционално женски ориентирани бизниси како облека, нега на убавина и моден дизајн, кои или не бараат формализирана обука или се развиваат од хоби или интерес за бизнис. Многу често, младите жени кои се ќерки на сопственици на бизниси, се вклучуваат во работата и се одговорни за еден сегмент од работата на компанијата, како помошници во бизнисот или како наследнички.

⁵Кралев, Т. Наумовска, Л. Основи на менаџмент, Европски Универзитет, Скопје, 2008

Во патријалните општества, каде доминантен е мажот, и затоа се појавуваат многу бариери кои ги спречуваат жените да започнат свои бизниси. Нашето општество, РМ, не е толку инспиративно за жените, но сепак постојат огромен број на жени претприемачки кои имаат свои успешни бизниси.

Улогата на жените претприемачи

Иако никогаш не сакам жената да биде третирана за жртва, мора да се каже дека жените играат повеќе улоги во животот: улога на мајка, сопруга, домаќинка, таа мора да е поддршка на своите деца, но и на своите родители, таа е пријателка, другарка. Нејзината емпатија оди толку широко што таа сака да помогне и на соседите, граѓаните. Од неа се очекува многу, и таа е способна да даде толку. Понекогаш ни таа не е свесна од каде и доаѓа толкава сила, трпение, сомилост, љубов кон сè. Само таа е способна за апсолутна љубов, да даде и да прими.

И покрај сите обврски, жената тежнее кон образование, наука, па и сопствен бизнис. Како вработена, жената често се случува да доживува мобинг, особено ако е вредна и успешна, па го загрозува претпоставениот. Не ретко, нејзиното унапредување зависи од волјата на шефот.

Затоа, таа се одлучува да започне свој сопствен бизнис. А за тоа, покрај идејата (жената е сонувач и секогаш има огромен број идеи), потребни и се пари. Треба да го убеди сопругот, кој ќе ја насочи на адресата на родителите. Но, ако таа НАУМИЛА, ќе ги реализира сите свои мечти.

Една од мечтите е УСПЕХ!

Статус на жените претприемачи

Од 21 век, статусот на жените се менува, како резултат на растечката индустријализација и урбанизација, спазматичка мобилност и социјално законодавство. Со текот на годините, сè повеќе и повеќе жени се образуваат, уметнички, технички и стручно и нивниот процент во работната сила е зголемен. Тие се докторки, професорки, дизајнерки, менаџерки. Со ширење на образованието и свеста, жените се префрлија од кујната и ракотворбите, во индустријата, и на повисоки нивоа на активности.

Дури и владите во светот, ја нагласија потребата од спроведување на посебни програми за претприемничка обука за жените, за да им овозможат да започнат свој сопствен потфат.

Финансиските институции и банките, исто така, формираа посебни ќелии, за да им помогнат на жените претприемачи. Овие мерки придонесоа жените претприемачи да излезат на економската сцена во последните години.

Сепак, за жените постојат неколку хендикепи, за да влезат и да управуваат со сопственоста на бизнисот, поради длабоко вградениот традиционален начин на размислување и строгите вредности на општеството.

Бариири во бизнисот на жените претприемачки

Проблемите и ограничувањата што ги имаат жените претприемачи, резултираа со ограничување и спречување на проширувањето на женското претприемништво. Прикажани се главните бариери со кои се соочуваат жените-претприемачи. Со некои од нив, објективно се среќаваат и мажите.

1. Финансии

Поголемиот дел од жените сопственици на бизниси, на почетокот на нивниот бизнис, мораше да се потпираат во значителен степен на самогенерирани финансии. Банкарски заеми и грантови се користат само во мал број случаи и обично се придружени со некоја форма на самопроизведено финансирање. Се чини дека достапноста на банкарските кредити се зголемува откако претпријатијата ќе станат основани или ќе се развие добар однос со банката. Банките се појавуваат со обезбедувањето кредити, откако бизнисот почнува да демонстрира учинок. Поради ограничените средства, тие не се во можност да складираат нови материјали и да трошат за рекламирање.

2. Административни и регулативни барања

Проблемите со административните и регулаторните барања беа оценети како главни проблеми на женските претприемачи. Микро претпријатија, од сите видови, може да доживеат проблеми во исполнувањето на административните и регулаторните барања, поради диспропорционалниот ефект на трошоците за усогласување на малите претпријатија во споредба со големите фирми. Како последица на тоа, не е изненадувачки што речиси половина од организациите за поддршка на женски претприемачи идентификуваа проблем за нивните клиенти во овој поглед. Во исто време, со неколку исклучоци, административните и регулаторните бариери се позначајни за бизнисите во сопственост на жените отколку за машки компании со слична големина.

3. Недостаток на менаџерски вештини или обука

Жените претприемачи кои немаат вештини за управување имаат тешкотии во пристапот до деловни совети или поддршката им се чини мала. Меѓутоа, постојат многу невладини организации кои се занимаваат со обука на жените претприемачи, а некои од нив дури, даваат и бесплатни совети, така што тие можат брзо да се оспособат за теоретските законитости во менаџирањето.

3. Маркетинг

Недостатокот на вештини за продажба и маркетинг е најголем проблем со кој се соочуваат женските претприемачи, по финансирањето. Обично на почеток од отворање бизнисот, недостасуваат финансиски средства за маркетинг и промоција на производите, а тоа од друга страна го успорува растот на компанијата.

4. Технологија

Пристапот до технологија и проблемите со заштитата на интелектуалната сопственост, се сметаат за проблеми за жените претприемачи. Недостигот на компјутерско знаење на вработените е голем проблем бидејќи компјутерските вештини се клучен дел од бизнисот. Затоа, често е потребно да се земат курсеви за компјутери (иако денес младите спремни влегуваат во бизнис од овој аспект).

5. Недостаток на доверба

Бидејќи некои од жените прифаќаат подредена положба, како резултат на тоа им недостигаат доверба во сопствените способности. Дури и дома, членовите на семејството немаат многу верба во жените кои имаат способност за донесување одлуки.

6. Недостаток на работен капитал

Да бидат жени и да направат нешто самостојно, станува доста тешко за нив поради недостиг на пристап до фондови, бидејќи жените немаат видлива сигурност и кредит на пазарот. Пред бракот таа зависи од татко и, а кога ќе стапи во брак, таа мора да ги следи стапките на сопругот. Жените не уживаат право во сопственост на која било форма и имаат ограничен пристап преку надворешни извори на средства, дури и добивањето заеми од банка или од финансиска институција станува премногу тешко, иако оваа бариера не се однесува на земји во кои има поголема демократија. Во западниот свет, жената прво се реализира во кариерата а потоа стапува во брак.

7. Ограничена мобилност

Поради основните обврски во домаќинството, нејзиното време се разделува меѓу двата света. Таа не е во можност често да патува и да биде далеку од дома, за подолги периоди. Така, нејзината мобилност е ограничена. Ова, исто така, има импликација врз бизнисот.

8. Мажот доминира во општеството

Над жената во патријархалните општества (или семејства) доминираат мажите, како за прашања врзани за семејството така и во бизнисот. Често, таа мора да добие дозвола од мажот, речиси за сè. Нејзината слобода е ограничена. Секогаш мора да се консултира и да добие одобрение од мажот. Ова е така затоа што уште од детството, нејзините родители донесуваат одлуки за неа, а по бракот нејзиниот сопруг го презема одлучувањето. За среќа, во нашата држава ваквите работи скоро се надминати.⁶

Заклучок

Жените претприемачи, исто така, ги истражуваат нивните перцепции за видовите на поддршка што би можеле да бидат од најголема корист за нив, во решавањето на проблемите со кои се соочуваат.

Финансиски аспекти: Треба да се спроведат посебни фондови од кои жените ќе можат да добиваат банкарски заеми по пристапни услови. Поголема информираност и свесност за можност за користење грантови и разни финансирања, од проекти, од владините тела кои се занимаваат со оваа тема, како и проекти финансирани од ЕУ.

Грижа за децата: треба да се обезбедат повеќе установи за грижа за потребите на жените-претприемачи. Ова би значело продолжено работно време или флексибилно работно време, според

⁶Lerner, M; Almor, T., Relationships among Strategic Capabilities and the Performance of Women-Owned Small Ventures. Journal of Small Business Management, 40 (2), 2002

потребите на жената претприемач, породилно отсуство. Воведување на социјални политики за жени претприемачи.

Домаќинство: Треба да им се олесни на жените-претприемачи да добијат помош за нивните домаќинства.

Изработка на конкретни политики и стратегии за поддршка на женското претприемништво во повеќе клучни институции, проактивен пристап на медиумите.

Вмрежување на организации и деловни жени преку организирање деловни средби за размена на искуства и менторирање. Во РМ, веќе се организираат средби преку Кластерот за женско претприемништво, Порталот за женско претприемништво, организиран преку Стопанската комора на РМ, како и креирање на Центар за женско претприемништво, исто така во рамките на Стопанската комора⁷.

Conclusion

Women entrepreneurs also explore their perceptions about the kinds of support that could be of greatest benefit to them in solving the problems they face.

Financial aspects: Special funds should be implemented from which women can receive bank loans at decent conditions. Greater awareness and awareness of the possibility of using grants and various funding, projects, government bodies dealing with this topic, as well as EU-funded projects.

Childcare: more care facilities for the needs of women entrepreneurs should be provided. This would mean extended working hours or flexible working hours, according to the needs of the woman entrepreneur, maternity leave. Introduction of social policies for women entrepreneurs.

Household: It should make it easier for women-entrepreneurs to get help for their households.

Creating specific policies and strategies for supporting women entrepreneurs hip in many key institutions, proactive e media access.

Net working organizations and business women by organizing business meetings, exchanging experiences and mentoring. In the Republic of Macedonia, meetings are already organized through the Women's Entrepreneurship Cluster, the Women's Entrepreneurship Portal, organized through the Chamber of Commerce of the Republic of Macedonia, and the creation of a Women's Entrepreneurship Center, also with in the Chamber of Commerce.

Користена литература:

1. Кралев, Тодор: Основи на менаџмент, ЦИМ, Скопје, 2002

⁷<https://wecontribute.mk/wp-content/uploads/2018/10/Policy-brief-Septemvri-2018-1.pdf>

2. Кралев, Т. Наумовска, Л. Основи на менаџмент, Европски универзитет, Скопје, 2008
3. Фити, Т. Хаџивасилева-Марковска, В., Бејтмен М., Претприемништво, Економски факултет – Универзитет Кирил и Методија, Скопје, 2007
4. Greene, P.G.; Hart, M.M.; Gatewood, E.J.; Brush, C.G.; Carter, N.M. (2003) Women Entrepreneurs: Moving United States Association for Small Business
5. Lerner, M; Almor, T (2002). Relationships among Strategic Capabilities and the Performance of Women-Owned Small Ventures. Journal of Small Business Management, 40 (2): 2002
6. Soundarapandian, M., Women entrepreneurship, Kanishka Publishers, New Delhi, . (1999),
7. <https://wecontribute.mk/wp-content/uploads/2018/07/Zakluchoci-avna-Rasprava.pdf>
8. <https://wecontribute.mk/wp-content/uploads/2018/10/1.-Policy-brief-Juni-2018.pdf>
9. <https://wecontribute.mk/wp-content/uploads/2018/10/Policy-brief-Septemvri-2018-1.pdf>
10. <http://lider.events/zene-u-biznisu/>

INNOVATION IN BANKING

UDC: 336.71:004

Reviews

Professor Aleksandra Stankovska, PhD*European University – Republic of Macedonia, Skopje*

Abstract

This paper describes how recent technological innovations transform banks by creating new products and services, increasing access for consumers, strengthening bank controls and driving down costs. This transformation illustrates the increasing desire to become a 'digital bank'.

Banks have adopted new technologies to varying degrees. Banks innovate in targeting, expanding services, re-configuring delivery channels, delivering proactive advice, integrating payments and applying blockchain technology.

Key words: *Innovation, transforming banks, digital bank, blockchain.*

Analysis and discussion

The digital transformation movement is underway and affecting all types of industries. As recent trends in banking have shown, the financial sector is undergoing many changes as technology continues to make financial companies more successful and create better relationships with their customers. Economic fundamentals are strong, the regulatory climate is favorable, and transformation technologies are more readily accessible, powerful, and economical than ever before.

New technologies and the pace of innovation reshape bank business and operating models, and influence the shape and dynamics of the broader financial services ecosystem.

Many institutions, also, gradually implement elements of big data and analytics, as well as robotic process automation to strengthen controls and reduce costs. Other technologies, such as distributed ledger technology and the Internet of Things, are only in the early stages of commercialization by banks. These technologies provide opportunities to better serve customers and increase access; provide enhanced insights both from a risk management and customer service perspective; increase agility and speed to market, strengthen operations and controls & transform institutional cost structures.

These efforts will only increase in 2019, as global financial and tech giants revolutionize the financial services arena. As part of these mega-trends, banks will also experiment with new mobile applications and voice-enabled gadgets to enhance both delivery and contextual personalization. Ultimately, the consumer will be front and center.

Banks undergo a fundamental transformation resulting from a range of technological innovations. Six technologies are currently most prominent in financial innovation: cloud computing, big data and analytics, artificial intelligence (AI)/machine learning (ML), robotic process automation (RPA), distributed ledger technology (DLT) and the Internet of Things. These technologies are at different stages of maturity, and some have the potential to significantly change the industry in the coming years.

Impact of technologies on banking (on a scale of 1-7; where 1 is very low and 7 is very high):¹

- Open APIs (5.68);
- Advanced Analytics / AI / Machine Learning (5.66);
- Conversational Interfaces (Chatbots, Voice Device Interface (5.10);
- Cloud Processing (4.97);
- Mobility and Wearables (4.87);
- Robotic Process Automation – RPA (4.83);
- Internet of Things – IoT (4.45);
- Blockchain (4.05);
- Quantum Computing (3.56); &
- Augmented and Virtual Reality (3.49).
- Most banks use elements of cloud computing, a key technology that reduces the costs of rolling out and scaling the online and mobile banking capabilities that digital era consumers expect.

Artificial intelligence (AI)/ machine learning (ML) allows computers to learn from data with the goal of predicting and/or making decisions beyond human scale. Banks are leveraging cloud computing to overcome the scaling limitations of legacy infrastructure and to gain access to advanced technologies developed by other service providers in a cost-effective manner. From a regulatory perspective, the scalability of the cloud means that banks can scan potentially thousands of transactions per second, which dramatically improves the industry’s ability to combat financial crime, such as fraud and money laundering.

RPA refers to the automation of routine processes to capture and interpret existing means for processing a transaction, manipulating data, triggering responses or communicating with other digital systems.

The mobile phone continues to evolve rapidly in terms of functionality, processing power, and embedded services. Digital banking strategies cannot remain static when the market for consumer digital devices is expanding rapidly in terms of profile and functionality. Banking strategies will have to be continuously reworked to accommodate these shifts.

Blockchain and its coming impact on banks is a topic of wide debate within the financial sector. Blockchain was created to serve as the public transaction ledger for cryptocurrencies, with bubble-bursting Bit coin by far its most famous progeny. Although Blockchain technology could be applied to many data processing functions, payments and fraud reduction are two areas with immediate traction.

¹ Etma – Infosys Finance (November 2018 The Financial Brand)

For banks to maintain a level of competitiveness, it is necessary to change business models rapidly and this is a rather time consuming and expensive process. If measures that support a high level of competitiveness are not implemented, existing financial institutions will lose a significant part of their market share or profits, as new participants will be able to make better use of innovations and provide less expensive services that better meet the expectations of customers.²

Conclusion

The past ten years have brought unprecedented innovation to the banking sector – from new customer channels and propositions through to new back office technologies and automation. The global banking sector becomes both more strategically focused and technologically advanced to respond to consumer expectations while trying to defend market share against an increasing array of competitors.

The importance of innovation and developing new solutions that take advantage of data, advanced analytics, digital technologies and new delivery platforms has never been more important. As technologies continue to evolve, the banking sector will continue to accelerate its investments in innovation and digital enhancements.

References:

1. Lamia Obay, Financial Innovation in the Banking Industry: The Case of Asset Securitization, Taylor & Francis Inc, 2000.
2. John Hill, Fintech and the Remaking of Financial Institutions, Academic Press, 2018.
3. www.sciencedirect.com
4. <https://thefinancialbrand.com>
5. <https://knepublishing.com>

² <https://knepublishing.com/index.php/Kne-Social/article/view/1545/3657>

ДВИЖЕЊЕ КОН ПЕРСОНАЛИЗИРАНА ЕКОНОМИЈА И ПРОМЕНИТЕ КОИ ПРОИЗЛЕГУВААТ ОД НЕА

UDC: 338-057(100)

Прегледен труд

Проф. д-р Зоран Јолевски, Проф. д-р Билјана Андреска-Богдановска

Европски Универзитет – Република Македонија

Апстракт

Експоненцијалниот развојот на информатичката и телекомуникациска технологија и вештачката интелигенција, заедно со иновативните претприемачи и софистицираните потреби на потрошувачите создадоа услови за развој на персонализирана економија, која ја карактеризираат персонализирани производи и услуги, персонализиран капитал, персонализирани работни места и сл. Стоките, а особено услугите, се прилагодуваат на потребите на сè поссофистицираните консументи, имајќи ги притоа предвид нивните поединечни преференци, вкусови и потреби. Персонализираната медицина е најдобар пример во која насока ќе се развива услужниот сектор. Покрај персонализацијата на стоките и услугите и нивното производство, се појавуваат и нови форми на комбинирање на персонализираниот капитал. Иновативните компании и претприемачите со нови идеи и визии, ќе имаат сè поголема улога во националните економии. Овој нов сегмент на економијата ќе расте и ќе има сè поголемо значење.

Клучни зборови: *персонализирана економија, персонализирани производи, услуги, капитал, работни места*

MOVING TOWARDS PERSONALISED ECONOMY AND THE CHANGES THAT COME FROM IT

Abstract

The exponential development of information and telecommunication technology and artificial intelligence, along with innovative entrepreneurs and sophisticated consumers, contributed to creation conditions for a growth of personalized economy characterized by personalized products and services, personalized capital, and so on. Goods, and in particular services, are adapted to the needs of more sophisticated consumers, bearing in mind their individual preferences, tastes and needs. Personalized medicine is the best example in which direction the service sector will develop. Apart from the personalization of goods and services and their production, new forms of combining personalized capital appear. Innovative companies and entrepreneurs with new ideas and visions will

play an increasing role in national economies. This new segment of the economy will grow and will be of increasing importance.

Key words: *personalized economy, personalized goods, services, capital, jobs*

Вовед

Развојот на информатичката технологија во почетната фаза доведе до промени во производните процеси, кај стоките што се консумираат, но придонесе и за зголемување на економијата на обем, а со тоа и за ефикасноста на капиталот и трудот, но истовремено создаде услови за појава на персонализираната економија. Паралелно со ова, со помош на маркетингот консументите, не само на национално туку и на глобално ниво, ги информираат консументите за новите производи на глобално ниво, се создава глобална мода, глобална побарувачка за новите производи и конвергенција на потрошувачката. Овој процес доведе и до концентрирање на бројот на брендови, кои станаа глобални. Преку маркетингот компаниите ја креираат побарувачката за новите производи и услуги на национално и глобално ниво, а со тоа порасна обемот на побарувачката. Големата побарувачка за одредени производи создава потреба за големо сериско производство. Ваквото производство придонесе за релативно намалување на цените на производите. Комуникациската технологија која беше основа на Глобализацијата 3.0 им овозможи на компаниите кои располагаат со know-how, да го организираат своето производство во различни држави, притоа користејќи ги предностите што ги нудат различните национални економии. Ако се користи критериумот за дефинирање на потеклото на доброто од средината на минатиот век, според кој најмалку 50% од вредноста на еден производ треба да биде создадена во една национална економија за да се издаде сертификат за потекло на тој производ, тогаш денеска само еден мал дел од производите кои се извезуваат ќе можат да го исполнат овој услов. Последниве триесетина години глобалните синџири на производство станаа доминантна индустриска организација. Компонентите на одреден производ се произведуваат во различни производствени погони, кои многу често се лоцирани не само во различни држави, туку и на различни континенти. Дополнително, овие производствени погони можат да бидат сопственост на различни компании.

Во услови на глобални производи, глобални брендови, глобални системи на производство и глобална побарувачка, сведоци сме на нова појава на персонализирани решенија. Ова е резултат на два паралелни процеси, првиот е развојот на технологијата која овозможува ефикасно производство на персонализирани стоки и услуги, а вториот процес појавата на софистицирани потрошувачи, со широка лепеза барања и очекувања од стоките и услугите кои ги консумираат, но и различните потреби кои ги имаат.

Консумирање на персонализирани стоки и услуги

При посетата на Медицинскиот центар во Хјустон, раководителот на Одделот за онкологија, пред амбасадори од четириесетина земји, во 2010 година зборуваше за персонализираниот медицински третман што го добиваат пациентите во оваа реномирана институција. Притоа тој го истакна следново: „Одреден најсовремен лек може да има дејство на 90% од пациентите. Но кај 10% тој лек воопшто не дејствува, што е погубно за пациентите. Во истражувањата успеавме да идентификуваме, врз основа на ДНК-анализа и некои други параметри, кои лекови дејствуваат врз пациентите со различни генетски и други карактеристики. Врз основа на овие истражувања, паралелно со утврдување на дијагнозата, вклучувајќи го тука и типот на карцином, вршиме анализа на гените и други карактеристики на секој поединечен пациент. Затоа денеска може да се најдат примери два пациента кои се дијагностицирани со иста болест, но примаат сосема различни лекови. Тоа е персонализирана медицина“. Rob Gonda (2018) персонализираната медицина ја дефинира како „можност да подготви здравствена и медицинска терапија за индивидуа која е апсолутно уникатна за неговиот организам и начин на живеење.“¹

Втора карактеристика на персоналната консумација е проширување на понудата во рамките на еден ист вид на производ или услуга. Така Devarajan, V. и George, B. J. (2016) истакнуваат: „Во 1909 година, Хенри Форд, пионер на производствените линии, велеше дека клиентите можат да побараат било која боја на автомобилот сè додека е црна. Со зголемувањето на конкуренцијата, (во 1920-тите го губи приматот на пазарот, пред сè, заради тоа што Генерал Моторс понудил повеќе модели на пазарот – забелешка на авторите) наскоро се појавија повеќе модели и варијанти за да им обезбеди на потрошувачите поголем избор. Производителите потоа отидоа чекор понатаму со конфигурирачките автомобили, при што сопствениците одлучуваат каква додатна опрема ќе има нивниот автомобил. ... Со новите технологии, се појавуваат неконвенционални технолошки компании кои нудат на пазарот автомобили со сосема различни карактеристики како Тесла (електрични автомобили) и Гугл (автономни автомобили) итн. Сите тие се базираат на технологијата за да обезбедат хиперперсонализирано искуство, без разлика дали тоа е автоматско ажурирање на софтверот во автомобилот со кој се подобруваат безбедносните карактеристики или се почнува со нова услуга за да се подобри искуството во возењето.“²

Слично е и во услужниот сектор. Авиокомпаниите нудат различни услуги со цел да ги задоволат персоналните преференци на своите консументи. Така, на пример, големите и добро етаблирани авиокомпаниии, основаат нови или пак купуваат постоечки нискобуџетни авиокомпаниии, кои нудат пониски цени. На пример, Луфтханса е сопственик на Еуровингс, нискобуџетна компанија. Консументот има можност за иста дестинација да бира меѓу услуга која чини 20 евра и 500 евра. Притоа има разлика дали ќе биде сместен во комфортно седиште во бизнис класа, ќе добие оброк кој по квалитетот ќе биде еднаков на најскапите ресторани, ќе може да понесе со себе два куфери и додека го чека летот ќе се

¹Gonda, Rob: *Personalized Medicine: A Culmination Of Everything The Digital Economy Has To Offer*, Forbs, Њујорк, 2018 г. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2018/08/10/personalized-medicine-a-culmination-of-everything-the-digital-economy-has-to-offer/#2810a17d1740>

²Devarajan, Vittali George, Bejoy Joseph: *Industry 4.0: business in the age of personalization*, World Economic Forum, Женева, 2016 г.

релаксира во бизнис салонот, сето тоа вклучено во цената, или пак ќе лета од аеродром кој е пооддалечен од градот, во економска класа, само со мал рачен багаж, а ќе мора да ја плати водата што ја пие. Меѓу овие два екстрема постојат повеќе опции кои му се на располагање на патникот. Се зависи од неговите преференцијали, времето во кое ја прави резервацијата и висината на цената што сака да ја плати. Основната услуга е иста, транспорт од точка А до точка Б, но е персонализирана во зависност од преференците на консументот.

Персонализирано определување на цената и нивна флукуација

Во САД ако купувате одреден производ преку интернет, можете да добиете различна цена во зависност од тоа во кое место живеете, односно од каде доаѓа ИП адресата на лицето кое пребарува. Ако ИП адресата е од Њујорк или Пало Алто, тогаш може да очекувате повисока цена за истиот производ, отколку ако тоа пребарување доаѓа од некој посиромашен град, на пример од сојузната држава Алабама. Компаниите кои продаваат преку интернет сметаат дека може да ги продадат своите производи поскапо во градовите каде примањата на консументите се повисоки.

Последниве десетина години во САД се разви нова научна дисциплина за определување на цените, наречена „pricing“. Маркетинг експертите, врз основа на повеќе индикатори, кои ги добиваат преку машините за пребарување на интернет ги дефинираат цените на стоките и услугите. Овие промени може да настанат во многу кратки интервали, на пример неколку часа. Така, на пример, цената на соба во одреден хотел, нема да зависи само од пополнетоста на тој хотел на одреден датум, што е класичен однос на понуда и побарувачка, туку и од тоа колку пребарувања се направени преку интернет за тој хотел, колку пребарувања се направени за другите сместувачки капацитети во тоа место, какви се цените на конкуренцијата, кои се трендовите на тие цени, односно дали се зголемуваат или се намалуваат, исполнетоста на летовите кои пристигнуваат во најблискиот аеродром, од кое место се врши тоа пребарување и сл. Врз основа на овие елементи цената за сместување во одредена соба може да се менува од час во час.

Персонализација на сопственоста на капиталот

Следниот елемент на персоналната економија е персонализација на сопственоста на капиталот. Со трансформацијата на економијата, доаѓа до намалување на улогата на капиталот кој е во форма на згради, машини и финансиски средства, а се зголемува капиталот кој е во облик на know-how, идеи, патенти, авторски права, односно во т.н. облик на невидлив капитал. Последниве години настануваат

промени во композицијата на сопственоста, што е објаснето и во книгата Капитализам без капитал³. Во овој момент најголема такси компанија во светот е Uber, без притоа да биде сопственик на ниту едно такси возило и да нема вработено ниту еден такси возач. Компанија која изнајмува најмногу соби и апартмани во светот е Airbnb, без притоа да е сопственик на ниту една соба или апартман за изнајмување, без да има ниту една собарка или, пак, рецепционер. Во современата економија сè повеќе ќе се соочуваме со ситуации кога компаниите кои имаат иновации и know-how ќе можат да развиваат бизнис без притоа да мораат да инвестираат огромни финансиски средства, туку ќе користат персонализиран капитал на провајдерите.

Персонализација и на доброта и услугите што се консумираат

Консументите можат да се одлучат стоките и услугите кои ги користат да бидат во нивна сопственост или пак да имаат парцијална сопственост врз истите, во зависност од нивните персонализирани потреби, расположливи средства и сл. Иако концептот на парцијална сопственост е стар повеќе од педесетина години, последниве неколку години со развојот на интернетот и комуникациските средства станува сè подоминантен. Ова го менува и концептот на организацијата, потребата од капитал и слично кај современите компании. Така, на пример, наместо да купуваат приватни авиони многу бизнисмени закупуваат одреден број часови на одреден авион, кои ги користат во текот на годината. Со ова се намалуваат вкупните трошоци за превозното средство.

Во САД се појави компанијата ZipCars која изнајмува автомобили на час, а корисникот преку неговиот апликација на мобилниот телефон добива информација која кола на кој паркинг во градот е на располагање, ја користи со шифрата што ја добива преку порака на неговиот мобилен и откако ќе ја паркира, плаќа за услугата, исто така, преку неговиот мобилен. Консументот воопшто не доаѓа во контакт со вработен на компанијата ZipCars. Со овој концепт консументот е сопственик на доброто, односно услугата само еден мал временски период додека има потреба. Тој во зависност од моменталните потреби го избира видот на автомобил кој ќе го користи. Исто така сите активности и трошоци за одржување на средството се на компанијата која го менаџира, а не на лицето кое е консумент.

Персонализација на работното место

Новите комуникациски технологии овозможуваат одредени работни задачи да ги извршуваат вработените без да бидат присутни во компанијата. Така, во 2011 година, по пауза од 2 години, при посетата на амб. Јолевски на седиштето на една од трите најголеми консултантски компании во САД, Буз

³Haskel, Jonathan и Westlake, Stian: *Capitalism without Capital: The Rise of the Intangible Economy*, Princeton University Press Princeton, САД, 2017

Ален Хамилтон, виде дека на две од трите згради стои знакот "FOR RENT" (за изнајмување). Кога го праша менаџментот дали толку многу им се намалил обемот на работа, одговорот беше дека се преминало на систем на работа според кој консултантите работат од дома, и ако имаат потреба од канцеларија за состанок со колегите или со клиенти, се јавуваат на рецепција, и како во хотел им се доделува број на канцеларија која може да ја користат во бараниот термин. Со ова се намалуваат трошоците за канцеларии, а се генерира приход од изнајмувањето на слободниот канцелариски простор, а за консултантите се намалуваат трошоците и времето поврзано со нивното патување од дома до канцеларија и обратно.

Повеќето компании во САД кои можат да го организираат работниот процес на овој начин почнуваат да ја имплементираат оваа организација. Вработените работат од дома, односно имаме персонализација на работното место. Вработениот дома, преку својот персонален компјутер, има пристап до сите документи што му се потребни да ги извршува работните задачи. Друг пример за имплементација на концептот на далечинско учење. Интернетот е место каде се врши интеракција меѓу професорот и студентите, домот на професорот е училница, а домовите на студентите, исто така, се нивна училница.

Заклучок

Последнава деценија започнува процес на персонализација на економијата. Овој процес е резултат на експоненцијалниот раст на информатичката и комуникациската технологија, иновативните идеи на претприемачите, софистицираните барања на потрошувачите и др. Персонализацијата се одвива преку консумирање на персонализирани стоки и услуги, персонализирано определување на цената и нивна флукуација, персонализација на сопственоста на капиталот, персонализација на добрата и услугите што се консумираат, па дури и персонализација на работното место. Овој процес, кој е веќе започнат, ќе направи огромни промени во организацијата на компаниите, ќе донесе промени во средствата и капиталот што е неопходен за функционирање на компаниите, во насока на експоненцијален раст на невидливите средства (know-how, патенти, авторски права, бизнис идеи и сл.) што се во сопственост на компанијата. Паралелно, овој вид на економија ќе предизвика намалување на потребата за класични деловни згради, шопинг молови и продавници, хотели и сл. Воедно ќе доведе до зголемување на персонализацијата на услуги и стоки. Ако во минатото стоките беа доминантен дел од економијата што се движеше преку границите, во облик на извоз и увоз на производи, во новата економија ќе имаме сè поголем раст на извозот на услуги, бидејќи со новите информатичко-комуникациски технологии дел од овие услуги ќе може да се даваат без провајдерот и консументот да бидат присутни на исто место, односно во иста држава. Заради разликата на цената на трудот може да очекуваме се повеќе провајдери на услуги да бидат лоцирани во државите со пониски плати.

Процесот на персонализирање на економијата се одвива во овој момент и неопходно е менаџментот во компаниите, вработените, но и државните институции да преземаат стратегии и мерки да се подготват за оваа нова појава. Масовното производство и персонализираните стоки и услуги ќе се

одвиваат паралелно, бидејќи пазарот, односно потрошувачите тоа го бараат. Компаниите треба да направат стратегија во кој сегмент на понудата ќе се инволвира, какви производи и услуги ќе развива. Со развојот на економијата, со подобрување на животниот стандард, порастот на општото ниво на образование, консументите ќе стануваат посоефицирани, а со тоа и нивните барања за стоки и услуги.

Користена литература

1. Baldwin, Richard: *Industry 4.0: business in the age of personalisation*, World Economic Forum, Женева, 2018 г.
2. Devarajan, Vittal и George, Bejoy Joseph: *Industry 4.0: business in the age of personalization*, World Economic Forum, Женева, 2016 г.
3. Gonda, Rob: *Personalized Medicine: A Culmination Of Everything The Digital Economy Has To Offer*, Forbs, Њујорк, 2018 г. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2018/08/10/>
4. Haskel, Jonathan и Westlake, Stian: *Capitalism without Capital: The Rise of the Intangible Economy*, Princeton University Press Princeton, САД, 2017
5. Nagle, Travis: *How Personalized Goods Are Shaping The Economy*, Young Entrepreneur Council, Forbs, Њујорк, 2017 г.

ИМПАКТТОТ НА ОРГАНИЗАЦИСКАТА КУЛТУРА И ДЕЛОВНАТА ЕТИКА ВРЗ КОРПОРАТИВНИОТ РАСТ НА КОМПАНИИТЕ

UDC: 334.72:005.336]:005.73

334.72:005.336]:174

Прегледен труд

**Проф. д-р Елизабета Стамевска¹, Проф. д-р Билјана Андреска Богдановска¹,
Проф. д-р Васко Стамевски²**

¹Европски Универзитет – Република Македонија

²Меѓународен Славјански Универзитет „Гаврило Романович - Державин“, Св. Николе

Апстракт

Корпоративниот раст е цел на секој амбициозен бизнис и служи за доброто на компанијата и на сите нејзини вработени. Тој значи можност за динамична работна средина и напредување и претставува извор на нови производи и услуги. Кон него се насочени сопствениците на капиталот, менаџерите, претприемачите, вработените.

Организациската култура и етичкото однесување имаат големо влијание врз корпоративниот раст на компаниите. Силната организациска култура се залага за доверба и почитување на клиентите и соработниците, акционерите и вработените. Чесното управување, етичкото работење, угледот и интегритетот овозможуваат постојан раст и успех во остварувањето на мисијата и визијата на компаниите, со што се поттикнуваа нивната успешност и остварувањето на профит.

Клучни зборови: организациска култура, деловна етика, корпоративен раст, компании, успешност.

THE IMPACT OF THE ORGANIZATION CULTURE AND WORK ETHIC ON THE CORPORATE GROWTH OF THE COMPANY

Abstract

Corporate growth is the goal of any ambitious business and serves for the benefit of the company and all its employees. It means the opportunity for dynamic working environment and advancement and is a source of new products and services. It targets the owners of capital, managers, entrepreneurs, employees.

Organizational culture and ethical behavior have a major impact on the corporate growth of companies. Strong organizational culture advocates trust and respect for customers and associates, shareholders and employees. Honesty management, ethical performance, reputation and integrity provide steady growth and success in achieving the company's mission and vision, thus boosting their success and making profit.

Key words: organizational culture, business ethics, corporate growth, companies, success.

Вовед

Организациската култура, етичките норми и вредности се неопходни постулати за долгорочен опстанок и развој на секој деловен ентитет. Кога компаниите работат етички и одговорно, со текот на времето се зголемува нивната ефикасност, ефективност и успешност, со што организациската култура и етичкото однесување стануваат вредна и посакувана општествена норматива.

Дебатата околу присутноста на организациската култура и етичките норми во бизнисот е стара колку и самиот бизнис. Во минатото, самото опкружување на компаниите поставувало барања, кои не биле големи, ниту во обем, ниту во комплексност. Во такви услови, деловната активност била насочена единствено кон остварување на што е можно поголем профит. Денес, барањата и притисокот врз менаџерите, вработените, и воопшто, врз самите компании, се многу поголеми и покомплексни. Затоа, во ваквата констелација, битно е да се нагласи улогата на организациската култура и деловната етика за растот и развојот на компаниите.

Организациската култура ги рефлектира колективните вредности, верувања и принципи кои го регулираат однесувањето на луѓето во организациите. Таа им помага на компаниите да изградат и обезбедат соодветни стандарди за тоа што вработените треба да направат. Во силна и кохезивна култура, клучните организациски вредности се широко распространети и прифатени од вработените.

Политиката на етичко однесување во компаниите треба да се развива во насока на задоволување на високите стандарди на етичкото работење, па затоа дефинира мерки и одговорности за усогласување со законската регулатива и деловните процедури и создавање позитивна клима на етичност за сите вработени. Преку почитување на етичките норми, компаниите ги преценуваат ризиците за поуспешно да се справат со нив, обезбедуваат услови за спроведување на континуирана едукација, надградба и усовршување и градат систем за мониторинг и ревизија способен да открива нелегално или неетичко однесување.

Организациската култура и деловната етика на однесување ги поставуваат основите на добрата практика и вредностите на компаниите. Потребно е истите да се почитуваат и да се изградат принципи на доверба и заштита на интересите на вработените, клиентите и соработниците, бидејќи угледот, имиџот и растот на секоја компанија, во голема мера зависи од корпоративниот културен интегритет и чувството за етичко работење.

1. Организациската култура во функција на корпоративниот раст на компаниите

Секојдневните промени во работењето и потребата од воведување на промени во тековното работење придонесува за воведување на организациска култура, која се јавува како значаен предуслов за корпоративниот раст на компаниите. Преку организациската култура, компаниите се претставени како социјални групи кои имаат заеднички погледи и сфаќања, а со комуникацијата и соработката меѓу

вработените се придонесува за зацврстување на заедничките размислувања, погледи и сфаќања на вработените од една компанија. Организациската култура е од суштинско значење за организациските промени и нивно воведување во компанијата и преку неа се искажува вредноста на човечките ресурси во компанијата.¹

Организациската култура ја сочинува збир на споделени уверувања, очекувања, вредности, норми и работни навики, кои имаат импакт на начините кои поединците, групите и тимовите меѓусебно влијаат и соработуваат, за да ги остварат организациските цели. Во суштина, организациската култура го опфаќа искажувањето на вредностите и ставовите кои влијаат на однесувањето на вработените и ги одразува карактеристичните начини на кои членовите на организацијата ги извршуваат нивните задачи и како се однесуваат кон другите, внатре и надвор од организацијата. Таа им помага на компаниите да ги надминат препреките во работењето, преку градење на чувство на припадност кон компанијата и прифаќање на културните разлики меѓу вработените.

Од поголемиот број карактеристики кои се својствени за концептот на организациската култура може да се издвојат следниве:²

- **Иновативност и преземање на ризик** - организациската култура го определува степенот до кој вработените се охрабрани да преземат ризик и да бидат иновативни;
- **Внимание кон деталите** - организациската култура го определува степенот до кој се очекува од вработените да работат јасно и прецизно, користејќи ги аналитичките способности во извршување на задачите;
- **Насоченост кон резултатите** - организациската култура го покажува степенот до кој претприемачот се фокусира на резултатите од работењето на компанијата, а не на начинот на остварување на резултатот;
- **Насоченост кон вработените** - организациската култура го покажува степенот до кој претприемачот го зема предвид ефектот од добиените резултати од работењето врз вработените;
- **Насоченост кон тимско работење** - организациската култура го покажува степенот до кој работните активности кои се извршуваат во компанијата, се реализираат преку тимска работа и работни групи, наместо самостојно извршување на работите;
- **Стабилност** - организациската култура го покажува степенот до кој организациски активности се фокусирани на одржување „status quo“ наместо проширување и раст на компанијата и
- **Упорност** - организациската култура го покажува степенот до кој вработените се упорни и конкурентски настроени наместо насочени кон релаксирана работа.

Најновите бизнис искуства покажуваат дека организациската култура е клучна за постигнување извонредни перформанси на компаниите и нивниот раст. Всушност, организациската култура е толку

¹ Магдинчева-Шопова, М.: *Менаџмент на организациска култура*, Софија, Богданци, 2012, стр.10-11

² Robins, S.: *Organisational behavior*, Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 2004, p.328

моќна и важна, што кога истата не е во согласност со бизнис стратегијата, претставува најголем и најстрашен противник на пазарот.³

Кога членовите на организацијата споделуваат силна приврзаност кон културните вредности, уверувања и навики и истите ги користат за да ги остварат нивните цели, постои силна организациска култура.⁴ Кога не се силно приврзани кон споделениот систем на вредности, уверувања и навики, организациската култура е слаба. Колку е посилна културата на организацијата, дотолку секој член може да мисли дека е „личност“, бидејќи тоа влијае на начинот на однесување на нејзините членови.⁵

Организациите кои поседуваат силна култура можат да се разликуваат по широка разновидност на димензии, кои определуваат како се однесуваат нивните членови меѓу себе и како ги извршуваат нивните задачи. На пример, организациите се разликуваат во однос на меѓусебното однесување на членовите (формално или неформално), донесувањето на важните одлуки, подготвеноста за промени (флексибилност или бескомпромисност), иновациите (креативни или предвидливи), пристапот (сериозност или способност за среќни доживувања).⁶

Организациската култура претставува патоказ за изработка на механизми за контрола, кои истовремено се водич за обликување на ставовите и однесувањата на вработените. Всушност, ова е најбитната нејзина улога и истата е од посебна важност за компаниите бидејќи ги определува „правилата на игра“ во компаниите. Како најважни функции на организациската култура се издвојуваат следниве:

- Организациската култура придонесува за **создавање на организациски идентитет** - истакнување на она што е специфично, оригинално за дадена компанија и она по што се разликува од останатите;
- Организациската култура придонесува за постигнување на **колективна лојалност кон компанијата** - секоја компанија има за цел постигнување на состојба на општо задоволување на потребите на своите вработени и намалување на нивниот одлив од организацијата;
- Организациската култура придонесува за **стабилност на работното место** - ефективното и ефикасното управување со проблемите или промените кои можат да се појават во текот на работење придонесува кон позитивен однос кон средината;
- Организациската култура ја **унапредува информираноста на вработените** - заедничкото споделување на долгорочните цели и стратегијата на претпријатието за постигнување на предвидените цели од страна на претприемачите и на сите вработени им овозможува постигнување чувство на припадност и единство.⁷

³ <http://www.skyisthelimit.org/MVKK.html> (посетено: 12.01.2019)

⁴ Sorensen, J. B.: *The Strength of Corporate Culture and the Reliability of Firm Performance*, Administrative Science Quarterly 47, 2002, p.70-91

⁵ Schneider, B., Smith, D.B.: *Personality and Organizational Culture*, Mahway, NJ: Lawrence, Erlbaum, 2004, p.347-369

⁶ Kelly, T.: *The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm*, New York, Random House, 2001.

⁷ Магдинчева-Шопова, М., (2012), *Менаџмент на организациска култура*, Софија, стр.20-21

Организациска култура е збир на вредностите на сите членови на организацијата. Таа го создава културниот капитал во една заедница или компанија. Вредностите се најважната основ на индивидуално и колективно ниво. Тие може да бидат позитивни: доверба, чесност, интегритет, профит, или пак, лимитирачки: бирократија, обвинување, непотизам, корупција, алчност...⁸

Правејќи осврт на улогата на вредностите и културата во компаниите, Том Питерс, авторот на бизнис бестселерот „Во потрага по одличното“ (In Search of Excellence), укажува дека најдобрите компании создаваат култура која ги содржи вредностите и однесувањата на нивните најголеми лидери. Истите споделени вредности можат да бидат видени како опстојуваат со декади.

Влијанието на вредностите во една организација е огромно. Организациите кои не обрнуваат внимание на мерењето и менаџирањето на својот културен капитал, губат незамислива енергија и пари. Квалитетот на вредностите во организациска култура може да ја воздигне компанија до неверојатни височини. Долгорочно успешните компании имаат култура водена од визија и вредности која им дава насока на сите вработени. Како резултат на тоа, компаниите кои имаат квалитетна култура, не само што ги задржуваат најталентираниите луѓе, туку и ги прстигнуваат своите конкуренти на пазарот на градење на акционерска вредност.

Обратните ефекти на здрава компаниска култура се покажани во мерења кои покажуваат дека лошата култура и лимитирачките вредности често се причина за лошите перформанси во една организација, нација или тим, кои во најлош случај завршува со финансиски колапс и непостоење на компанијата. Лимитирачките вредности ја претставуваат непродуктивната и нерасположлива енергија во една организација. Истата се нарекува културна ентропија и е сооднос на целокупниот број на лимитирачки наспроти позитивни вредности во една организација.⁹

2. Деловната етика и корпоративниот раст на компаниите

Деловната етика ги опфаќа водечките практики и убедувања, преку кои определена организација ја спроведува својата одговорност и се однесува на стандардите кои се поврзани со однесувањето на вработените, при извршување на работните активности. Во рамките на организацијата, професионалните правила и норми утврдуваат и како вработените треба да донесуваат одлуки, за да ги унапредат интересите на компанијата. Вработените имаат правила и норми на нивната професионална група кои автоматски ги следат, кога одлучуваат како да се однесуваат. Меѓутоа, кога деловната етика е нарушена етичките прашања стапуваат во преден план.

Луѓето кои сметаат дека најмногу се загрозени во смисла на кариерата и финансиите се со најголема веројатност да постапуваат неетички. Токму во ваква ситуација, силниот кодекс на деловна етика може да им помогне да се однесуваат на коректен и адекватен начин. Вработените се повеќе склони

⁸ <https://dekra.mk/uslugi/razvoj-na-covecki-resursi/organizaciska-kultura-i-razvoj/> (посетено: 09. 01.2019)

⁹ <http://biznis101.com/razvivaj-biznis/promeni-vo-biznisot/218-vrednosti-i-kulturen-kapital.html> (посетено: 05.01.2019)

кон неетичко однесување кога во организацијата не постојат етички кодекси или истите се изоставени. Доколку менаџерите доследно ги поткрепуваат етичките принципи во нивното корпоративно кредо можат да ги спречат вработените да тргнат по погрешен пат.

Етиката на основачите и врвните менаџери на компанијата е особено важна во обликувањето на етичкиот кодекс во организацијата.¹⁰ Бизнисот и корпоративното управување треба да бидат етички за да ги исполнат барањата на носителите на интереси, да ги подобрат деловните остварувања и правните барања, да спречат или минимизираат штета и да промовираат личен морал.¹¹ Во компаниите постоеле, постојат и ќе постојат етички проблеми. Овде треба да се спомнат директорите, менаџерите или членовите на одборите, меѓу кои постојат етички егоисти,¹² кои ги ставаат своите лични интереси во прв план, пред интересите на вработените или компанијата.

Следењето на успехот, сам по себе, не е доволен да се утврди дали врвниот менаџер е способен за морално донесување на одлуки, бидејќи истиот можел да го оствари тој успех по пат на неетички или нелегални средства. Од голема важност е да се испитаат потенцијалните менаџери од аспект на нивните акредитиви, при што одборот на директори треба да биде претпазлив кон непринципиелните директори, кои користат неетички средства за да го достигнат врвот на организациската хиерархија. Поради оваа причина, неопходно е постојано да се набљудува однесувањето на врвните менаџери.¹³

Корпоративното управување има одговорност да одлучи дали менаџерите имаат зрелост, искуство и интегритет, кои се потребни да ја водат компанијата за да им бидат доверени капиталот и богатството на организацијата, од кои зависи судбината на нејзините акционери. Акционерите се луѓето и групите кои се засегнати од начинот на однесување на компанијата и менаџерите и имаат побарувања и свој удел во компанијата, па затоа деловната етика на компанијата е мошне значајна за нив.

Кога се работи за перспективата на акционерите, изобилуваат прашањата за работната етика на компаниите. Акционерите се заинтересирани за начинот на кој тие функционираат, бидејќи сакаат да ја максимизираат добивката од своите инвестиции. Поради тоа, перманентно ги набљудуваат компаниите за да се уверат дека менаџментот вредно работи за да ја зголеми профитабилноста. Исто така, тие сакаат да бидат сигурни дека менаџерите се однесуваат етички и не го ризикуваат капиталот на инвеститорите, со вложување во акции кои можат да го нарушат угледот на компанијата. Кога компаниите се однесуваат етички привлекуваат висококвалитетни кандидати за работа, а новите потрошувачи се насочени кон нивните производи. Со тоа, етичките компании со текот на времето растат и се шират, а нивните акционери остваруваат корист. Во спротивно, резултатот од неетичко однесување е губење на угледот и

¹⁰ Меѓу организациите чии основачи имале витална улога во креирањето на високо етички кодекс на организациско однесување се UPS, Johnson & Johnson и други.

¹¹ Лоренс, Т. Е., Вебер, Џ.: *Бизнис и општество - акционери, етика и јавна политика*, 12-та едиција, McGraw-Hill/Irwin, Датапонс, Скопје, 2008, стр.88-89

¹² Менаџер или вработен кој ги става своите интереси над се друго се нарекува етички егоист.

¹³ Џонс, Р. Г., Џорџ, М. Џ.: *Современ менаџмент*, McGraw-Hill Companies, New York, [преведувач: Стојановска С.], Глобал Комуникации, Скопје; 2008, стр.150-52

ресурсите, квалификувани менаџери и вработени кои ја напуштаат компанијата, потрошувачи кои се вртат кон производите на поугледните компании, акционери кои ги продаваат нивните акции.

Заклучок

Еден од највисоките приоритети на компаниите е да создадат силна деловна култура и високопрофесионален и етичен однос кон вработените. Правилата за однесувањето на работното место претставуваат збир на морални, етички и правни принципи за водење на работата во компаниите и служат како водич за менаџерите и вработените. Секој вработен со своето однесување треба да манифестира цврста намера и подготвеност да придонесе за поуспешно остварување на истите.

Кодот на етичко и бизнис однесување е сублимат на правила за однесување на работното место кои треба да помогнат на сите вработени во нивното подобро функционирање, со цел да се намалат грешките и неусогласеноста, кои би го нарушиле угледот на вработениот и на самата компанија. Истиот не претставува нешто што се практикува повремено, кога за тоа вработените ќе имаат доволно време, туку е показател за нивното однесување и делување во секој момент од работниот ден.

Со еден збор, организациската култура и деловната етика се појдовна основа на менаџерите и вработените во градењето висока професионалност, чесност, традиција и трудољубивост, со што имаат силно влијание врз корпоративниот раст и успешноста на развојно ориентираните компании.

Conclusion

One of the highest priorities of companies is to create a strong business culture and a highly professional and ethical attitude towards employees. The rules of conduct in the workplace represent a set of moral, ethical and legal principles for keeping the work in the company and serve as a guide for managers and employees. Every employee should demonstrate with his / her behavior a firm intention and readiness to contribute to the successful realization of the same.

The code of ethical and business behavior is a sublimat of workplace rules that should help all employees in their better functioning in order to reduce mistakes and inconsistencies that would violate the reputation of the employee and the company itself. It is not something that is practiced occasionally, when employees will have enough time for it, but an indicator of their behavior and action, at any moment of the working day.

In a word, organizational culture and business ethics are the starting point for managers and employees in building high professionalism, honesty, tradition and diligence, which have a strong impact on corporate growth and the success of development-oriented companies.

Користена литература

1. Kelly, T.: *The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm*, New York, Random House, 2001.
2. Лоренс, Т. Е., Вебер, Џ.: *Бизнис и општество - акционери, етика и јавна политика*, 12-та едиција, McGraw-Hill/Irwin, Датапонс, Скопје, 2008.
3. Магдинчева-Шопова, М.: *Менаџмент на организациска култура*, Софија, 2012.
4. Мејер, Х. М.: *Брзиот пат на корпоративниот растеж*, Oxford University Press, Датапонс, 2009, Скопје, 2007.
5. Robins, S.: *Organisational behavior*, Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 2004.
6. Schneider, B., Smith, D.B.: *Personality and Organizational Culture*, Mahway, NJ: Lawrence, Erlbaum, 2004.
7. Slaughter, J.E., et.al.: *Personality Trait Inferences about Organizations: Development of a Measure and Assessment of Construct Validity*, Journal of Applied Psychology 89 no.1., 2004.
8. Sorensen, J. B.: *The Strength of Corporate Culture and the Reliability of Firm Performance*, Administrative Science Quarterly 47, 2002
9. Џонс, Р. Г., Џорџ, М. Џ.: *Современ менаџмент*, McGraw-Hill Companies, New York, [преведувач: Стојановска С.], Глобал Комуникации, Скопје, 2008.
10. <http://biznis101.com/razvivaj-biznis/promeni-vo-biznisot/218-vrednosti-i-kulturen-kapital.html> (05.01.2019)
11. <https://dekra.mk/uslugi/razvoj-na-covecki-resursi/organizaciska-kultura-i-razvoj/> (09. 01.2019)
12. <http://www.skyisthelimit.org/MVKK.html> (12.01.2019)

IMPLEMENTATION OF EMERGING TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING

UDC: 657.7:004

Reviews

Asst. Prof. Anita Shesho, PhD*Faculty of Economics, European University – Republic of Macedonia***Abstract**

Higher competition among enterprises demands for more updated information to enable management to rapidly adapt to opportunities and new challenges in the globalized world. Data quality is one of the key issues in managing such complex environment. Thus, enterprises need relevant system that will be able to correspond to these requirements. Accounting Information System (AIS) as part of the Information System of the enterprise collect, select, process and distribute data relevant to internal and external decision makers. Usage of technology in accounting has increased as a result of developments in computer technologies in order to produce updated information on the basis of integrated information system of accounting information. AIS should provide real time reporting and real time decision making, and ensure the required levels of transparency, accountability and disclosure. This paper elaborates possible advantages and challenges of the implementation of new technologies in accounting.

Key words: *Accounting; accounting information systems (AIS); IT technologies; emerging technologies.*

1. Introduction

Accounting information systems (AISs) are the most complex and most demanding information systems used by management to resolve various financial and operational issues in the organizations. These systems enable real-time reporting and real-time accounting that will support conventional periodic reporting.

For many years, it seemed that information and communication technology was the main driver of the strategic role of the accounting information system and its evolution. In this context, 'strategic' means searching new ways to combine information and read economic and competitive events, using technology as a fundamental tool to trigger innovation, and as an important support for internal decision making processes. It is predicted that the traditional mix of jobs in accounting firms will change substantially and accountants will need to learn new skills when the more traditional tasks become automated and the technical maintenance and analytic needs of the work increase substantively (Zhang et. al., 2018). According to these authors, a major wave of educational change is also emerging with the advent of distance education, various forms of unorthodox training, and a large set of new learning needs.

The rapid pace of technological development has influence in all spheres in society, including its potential impact in the accounting profession. Potential effects of the implementation of emerging technologies on accounting are analyzed in the following discussion.

2. Literature Review

Many studies confirm that technology is the main variable that has an impact on accounting information systems. Accountants have always exploited emerging technologies to complete their tasks more accurately, quickly or simply.

Since mathematician Luca Pacioli formalized the system of double-entry bookkeeping over 500 years ago, accountants have been on the leading edge of technology (Keystone K., 2017). Accounting information systems record constant progress and evolution resulting from changes in a wide variety of societal and environmental factors. According to Mancini (2013, 2-3), there are three factors that may be considered the main antecedents of accounting information system changes: (1) technology, (2) management practices and models, and (3) accounting rules. The accounting profession will face three significant changes in the next three decades—evolving smart and digital technology, continuing globalization of reporting/disclosure standards, and new forms of regulation—are also major challenges for the profession (Islam Muhammad, 2017). Judith A. McGaw study support the thesis that business innovation fostered technological change and suggests that historians of technology, too, can contribute to the understanding of business innovation (1985, p.703).

Following results of many researches, it can be concluded that technology is one of the major influencer in the changes in the accounting field. It is expected by the Bureau of Labor Statistics of the USA that technology change will continue to affect the role of accountants in the future. Changes such as some routine accounting tasks may become automated as cloud computing becomes more widespread. This allows efficiency in the job, and is not expected to reduce the overall demand for accountants. The Bureau of Labor Statistics states, "Instead, with the automation of routine tasks, such as data entry, the advisory and analytical duties of accountants will become more prominent" (Bureau of Labor Statistics, 2018).

The digital revolution, which is still unfolding before our eyes, has changed the very nature of the work for accountants, forced researchers and practitioners alike to struggle with a host of new threats and opportunities facing the profession (Hunton J. E. 2002, p.3). The study of Fernando Belfo and Antonoi Trigo (2013) elaborates the advantages and potential threats of the implementation of new information technologies in accounting information systems.

On the ICAS 2016 Conference, author and Oxford lecturer Daniel Susskind states that "...technology doesn't simply streamline and optimize the traditional approach, it actively displaces the work of traditional professionals." It is his view that "increasingly capable systems and machines" will begin to take on more of the roles that are usually associated with traditional professionals. He predicts that many of these systems will be perfectly capable of performing tasks completely unsupervised, but this, he says, will not be the most radical

change. Some of these systems will still require humans in order to function. He believes it is the people who operate these machines who will embody the most important evolution of the future (Harbison A., 2017).

Thus, it is very important for accountants to be aware of the new technologies and to be prepared for new skills and responsibilities. The study of Sinziana-Maria Rindasu (2017) investigates whether aspiring and professional accountants understand the benefits and security challenges brought by emerging technologies such as: Big Data, data analytics, cloud computing and mobile technologies.

3. Methodology

Research problem. The main subject of this paper refers to the implementation of emerging technologies in accounting. The aim of this study is to give a general view of the main characteristics of the new technologies that can support accounting in today's businesses and their possible disadvantages and challenges.

Research design. The research of this study is mainly exploratory, based on documentary studies and researches that are relevant to the subject of interest. This paper discusses issues regarding benefits and threats of implementation of new technologies in accounting. Presented findings that result from the following discussion should help practitioners to implement best practices and to give academics insights and ideas for further researches.

Sample, population or subjects. The sample researched contains relevant papers, studies and reports covering the issue of the implementation of emerging technologies in accounting.

4. Discussion and Findings

The discussion and findings of this research are presented in two parts. The first part contains the elaboration of emerging technologies in accounting and the second part refers to the advantages and the challenges of their implementation.

4.1. Implementation of Emerging Technologies in Accounting

Usage of technology in accounting has increased as a result of developments in computer technologies in order to produce information on the basis of integrated information system of accounting information. The following elaborates new technologies implemented in AIS.

4.1.1. Mobile Devices

The introduction of mobile devices provided via wireless technologies, brings impressive changes in business processes. Mobile devices provide substantial data in real time, anywhere and so, support management decision-making. Mobile devices allows management to instantly receive the reports produced anytime and

anywhere. The implementation of mobile devices may also facilitate communications between businesses and their customers. Empirical studies show the increased usage of mobile devices and other channels among population and consumers around the world to support shopping and financing activities. This tendency reveals the importance of mobile commerce to organizations, and so, the importance of integrating these systems and their performance data with the AIS. Today, there are business intelligence (BI) solutions which offer business analytics and reports on mobile phones and tablets, allowing executives to follow their company performance from the mobile.

4.1.2. *Cloud Computing*

The internet has evolved from a platform that connects millions of computers, into the network of interactive computing platforms now known as 'the cloud' (ACCA, 2018, p.5). The emergence of cloud computing is associated to the need for providing more cost effective solution to organizations. Cloud computing is an information technology model that enables ubiquitous access to shared pools of configurable resources (such as computer networks, storage, applications and services), often over the Internet. Cloud computing allows companies to store and process data in a privately-owned cloud, or on a third-party server. In this way, cloud computing offers more efficient mechanisms for data-access. Like in-house accounting systems, the web-based accounting information solutions may vary according to the components they offer, namely core accounting, project accounting, fund accounting, inventory management, billing and invoicing, work order management, budgeting and forecasting, fixed asset accounting, financial reporting, payroll management or human resources.

4.1.3. *Social Media*

Social media have remarkable use in the past 20 years. Social media sites for blogging, crowdsourcing, instant messaging, internet telephony and sharing data and information quickly and efficiently (ACCA, 2018, p.6). Enterprises and businesses use social media to gather information about the needs and requirements of their current and potential customers in order to actively respond to their changing demands. The most used social media are Facebook and Instagram where companies are posting their products and services, takes orders and replays to questions and messages. In this way, social media may become an important input in AIS.

4.1.4. *Digital Service Delivery*

Related to the evolution of the Internet and the IT technologies is the digital service delivery. Companies use their web sites to directly offer and sell products and services. Interactive live chat from websites and portals are often embedded to offer instant messaging with customers. According to Belfo F. and Trigo A. (2013, p.540), organizations, also, use their Websites to place their financial statements and other financial reports. Investors and creditors accessing to high-quality financial accounting information are more informed stakeholders and, consequently, have lower risk of loss or liquidity.

4.1.5. *Big Data*

As companies become larger and their transaction becomes more complex, there is a need to collect and store vast amount of data. This creates the need for implementation of technology to manage data analytics and big data challenges in all compliance arenas.

4.1.6. *Robotics*

Robot – system that contains sensors, control systems, manipulators, power supplies and software to perform task or series of tasks. It is an intelligent machine that can replace the work of a human. Robots are also used in AIS for cost effective purposes. An online bots or robots may be used to offer advice on finance, pensions and insurance.

4.1.7. *Artificial Intelligence (AI)*

Substantive progress has been obtained in the past few decades in the evolution of technology and development of “artificially intelligent” devices. Artificial intelligence (AI) describes a machine or software that can demonstrate behavior indistinguishable from that of the human brain (ACCA, 2018, p.13). Accountants and auditors increasingly rely on the expert knowledge (software).

The Business Intelligence (BI) provides “best-practice-based approaches and technologies to collect, report, and analyze metrics in an automated manner to all levels of an organization”. Common functions of business intelligence technologies include reporting, online analytical processing, analytics, data mining, process mining, complex event processing, business performance management, benchmarking, text mining, predictive analytics and prescriptive analytics. BI technologies can handle large amounts of structured and sometimes unstructured data to help identify, develop and otherwise create new strategic business opportunities. In this way, BI can be used to accelerate the development and improvement of the content of any organization's business intelligence solution.

Expert systems are increasingly used in accounting. Expert systems are software programs that store knowledge extracted from human experts. The use of expert systems has become an important part of the overall strategy of larger firms and several organizations use expert systems in their attempt to achieve strategic competitive advantage.

4.2. *Potential Benefits and Challenges of the Implementation of Emerging Technologies in Accounting*

According to the survey of ACCA (2018) the implementation of emerging technologies like mobile devices, cloud technology, social collaboration, big data, robotics and artificial intelligence may bring many advantages and opportunities, among others: faster and more connected workforce across the globe, improved productivity, improved client servicing, data sharing, reduced up-front costs and management overheads, fewer physical and logical space constraints, basis for developing new products and services, removing barriers to communication, speeding up-month-end processes, enhance decision-making, opening up new routes to investment, improved understanding of market conditions, forward planning and risks, potential to increase

business effectiveness and lower process costs, better sense of financial data using visual, aural and special immersion, and providing alternative approaches to business activities and developments.

Yet, the implementation of emerging technologies, mainly mobile devices, also face challenges which include business strategies, investment risk, limitations in mobile devices, networking problems, infrastructure constraints, security concerns, and user distrust in mobile applications (Fernando Belfo, AntonoiTrigo, 2013, p.540). In the survey of ACCA (2018), among the main challenges of the implementation of these emerging technologies are noted the following: security concerns on potential theft of loss of information, risk to sensitive corporate data, assessing and explaining the financial implications of new developments, shortage of data mining and interpretations skills, data security, privacy and other important legal issues, deciding when to use professional judgment/rely on software, progressive de-skilling of the accountancy profession, challenges for the accounting profession to educate skilled professionals.

The study of Sinziana-Maria Rindasu (2017) covers 115 participants during the period of January 2017 and February 2017, all having at least one year of practical experience in accounting or audit and 80% of them being affiliated with national or international accounting professional bodies. The research has three key findings: (1) Professional accountants and auditors have, in average, a theoretical knowledge of the emerging technologies in the accounting field, but they still need to enhance their skills to exploit them efficiently; (2) Mobile technologies started to be adopted by the Romanian practitioners; and (3) the profession has become aware of the security risks brought by emerging technologies in the digital accounting. According to Daniel Susskind, these systems will be "designed and operated by people who look very unlike traditional professionals. It's not a future where there's nothing for people to do, but it is a future where the sorts of things that they do are quite different to what has been done traditionally" (Harbison A., 2017).

5. Conclusions

Implementation of IT technologies in Accounting has financial impact on the reduction in acquisition costs, maintenance and management of hardware and software infrastructure of the company, as well as positive impact on performance and cash flows. Yet, also, there are risks and security impact related to System availability and business continuity (most concerns are about communication interruptions or mobile and cloud infrastructure and recovery for business continuity); Financial and Accounting Data Loss Privacy (most common concern in implementing cloud technology to AIS).

Furthermore, the accounting profession should pose attention on the implementation of the emerging technologies in accounting practices, as practitioners do not yet possess sufficient skills regarding the analyzed emerging technologies. According to this, academics and professional bodies should adapt curricula in the way to enforce the necessary changes in the programs to prepare practitioners to successfully face the future challenges.

All of these technology developments are now rapidly reshaping the worlds of business and accountancy. As nothing in the future is certain, the implementation of these emerging technologies promises to be motivating and challenging.

References

1. ACCA (2018). Technology trends: their impact on the global accountancy profession. Accountancy future Academy. <https://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/PDF-technical/futures/pol-af-ttti.pdf>
2. Belfo F., Trigo A. (2013). Accounting Information Systems: Tradition and Future Directions. CENTERIS 2013. ELSEVIER. ProcediaTechnology 9 (2013) 436-546.
3. Harbison A. (2017). The end of the accounting profession as we know it? ICAS. CA Today 25 July 2017. <https://www.icas.com/ca-today-news/the-end-of-the-accounting-profession-as-we-know-it>
4. Hunton J. E. (2002). The impact of digital technology on accounting behavioral research. Advances in Accounting Behavioral Research, Volume 5) Emerald Group Publishing Limited, pp.3 – 17
5. Islam Muhammad Azizul, PhD, CPA, CA (2017). Future of Accounting Profession: Three Major Changes and Implications for Teaching and Research. IFAC Global Knowledge Gateway. February 2017. <https://www.ifac.org/global-knowledge-gateway/business-reporting/discussion/future-accounting-profession-three-major>
6. Issa, Sun, and Vasarhelyi. (2016). Research Ideas for Artificial Intelligence in Auditing: The Formalization of Audit and Workforce Supplementation. JOURNAL OF EMERGING TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING. Vol. 13, No. 2. pp. 1–20. American Accounting Association. DOI: 10.2308/jeta-10511
7. James A. Hall. (2011). Accounting Information Systems. 7th edition. South-Western Cengage Learning. USA
8. Keystone K. (2017). Five technologies set to rock your (accounting) world in 2018. Chartered Professional Accountants Canada. Pivot Magazine. <https://www.cpacanada.ca/en/news/innovation/2017-12-12-five-emerging-technologies-for-accountants>
9. Mancini D., Vaassen E. H. J., Dameri R. P. (2013). Trends in accounting Information. Accounting Information Systems for Decision Making. Volume 3. Springer. London
10. McGaw J. A. (1985). Accounting for Innovation: Technological Change and Business Practice in the Berkshire Country Paper Industry. Journal Article. Technology and Culture. Vol. 26, No. 4 (Oct., 1985), pp. 703-725
11. Rindasu Sinziana-Maria (2017). Emerging information technologies in accounting and related security risks – what is the impact on the Romanian accounting profession. Accounting and Management Information Systems. Vol. 16, No.4, pp.581-609. DOI: <http://dx.doi.org/10.24818/jamis.2017.04008>
12. Schwartz Maureen (2018). 10 accounting tech trends for 2018. Accounting Today. <https://www.accountingtoday.com/list/10-accounting-technology-trends-for-2018>
13. Turner L., Weickgenannt A., Copeland M. K.. (2017). Accounting Information Systems Controls and Processes. 3rd edition. Wiley. USA

14. Zhang C. (Abigail), Dai J. and Vasarhelyi M. A., PhD (2018). The Impact of Disruptive Technologies on Accountin an Auditing Education. How Should the Profession Adapt? The CPA Journal. The Voice of the Profession. September 2018 Issue. <https://www.cpajournal.com/2018/09/13/the-impact-of-disruptive-technologies-on-accounting-and-auditing-education/>

УМЕТНОСТ И ПАРИТЕ

UDC: 336.74:7.01

Reviews

Проф. д-р Зоран Колев*Европски Универзитет - Република Македонија*

Апстракт

Кога говориме за уметноста мислиме на совршенство, создадено, креирано од страна на човекот. Кога зборуваме за парите мислиме на средства со кои нашата потреба ќе биде реализирана, задоволена. Се поставува прашањето колку уметноста е блиска до парите и колку парите се блиски до уметноста. Може да се каже дека уметноста и парите се сцена од еден мешовит брак. Парите не можат да ја убијат уметноста, но можат да ја остават приклучена на апарати - жива а мртва.

Во уметноста и љубовта нема политика. Уметноста е убавина. Парите се добар противотров на убавината. Уметноста гледана низ убавината е секојпат во потрага за убавото кое некојпат носи и пропаст. Постои големо полемизирање дали парите преку институциите во една држава ја детерминираат насоката на развојот на уметноста, или пак уметноста сама си го крои својот развојот независно од постоењето на парите.

Клучни зборови: *уметност, пари*

ART AND MONEY

Abstract

When we're talking about art, we mean perfection created by mankind. When we're talking about money, we mean about the resources which will provide our needs to be fulfilled, realized and satisfied. The main question is how much art is close to money and how much money is close to art. There is a saying that money and art are sort of a mixed marriage. Money cannot kill art, but it may leave her barely alive,, brain dead" but still breathing.

There is no politics in art and love. Art is beauty, while money is a good antidote to the beauty. When we watch art through a prism of beauty there is always a search for something beautiful, which sometimes brings a disaster and ruin everything. There is a huge debate whether money determines the path of art through state's institutions or art itself makes a path of development independently of the existence of money.

Keywords: *art, money*

Што е уметност ?

Што е уметност? Кому му припаѓа уметноста? Дефинирајќи ја уметноста како начин на живот, уметноста ќе ја поврземе и со културата, притоа сфаќајќи ја културата во нејзиното основно значење, содржано во етимологијата на овој збор, како негување, однегуваност. Кога говориме кому му припаѓа уметноста, не доведува до разликување на уметност што е достапна секому и уметност што можеме да ја оквалификуваме како уметност на маргините, уметност што е под покровителство на институциите. Секако, ова разликување не е строго и носи низа преклопувања, но не води кон тоа и да ги согледаме можностите што ги нуди новата технологија и колку уметноста ја прави достапна за поединци или за сите во едно општество... Интермедијалноста на уметноста на модерното време прави широка достапност на уметноста во денешно време и широка достапност на уметноста во која се рedefинираат улогите: консумент на уметноста, автор, критичар. Истовремено од консументот се бара да биде и критичар, а авторот може да се јави во сите три улоги.

Што е уметност, кому му припаѓа?

Уметноста се дефинира како начин на живот. Од аспект на лингвистиката, јазикот има шест функции (според учесниците во еден говорен чин): експресивна или емотивна, (според тоа кој ја соопштува пораката), конативна или апелативна (ориентираност, насоченост кон примачот на пораката), референцијална (со јазикот се соопштува стварноста), метајазична (со јазикот може да се зборува за јазикот), фактичка (со јазикот може да се провери каналот за комуникација) и поетска (јазичната порака може да биде структурирана така што ќе има естетска вредност). Значи секој од нас што се служи со јазикот може да биде поет. Книжевноста е токму остварување на оваа функција на јазикот. Тоа е комуникација во која доминира естетската функција. Уметникот сака да соопшти нешто свое, сака да подели некое внатрешно доживување, сака да размени размислување или искуство на начин што не е обичен. Преку песна, стих или преку прозно дело, да сподели кратка емоција или доживеана слика, или пак да раскаже нешто, да искреира ликови и настани со кои во себе другарува, доколку има надареност за цртање истото да го преточи во уметничка слика на неговите размислувања и доживувања. Но, што станува со невербалната комуникација? Тука доаѓаат другите уметности: музиката, сликата, фигурата, филмот, фотографијата, уметноста во облекувањето, дизајнот, делата во архитектурата. И тука ја оправдуваме смислата дека уметноста е начин на живот. Некој твори повеќе, некој помалку, а тука се повлекува и линијата меѓу уметноста како уметност на маргините од уметност што е под покровителство на институциите во државата. Затоа и ќе го поставиме прашањето: кому му припаѓа културата и уметноста? Дали на елитата или секому? Дали уметноста е достапна секому? Во современиот свет особено е важно како е поделена културата и уметноста. Културата е она што современиот човек треба да го стекне, кое се бара во една заедница и се вреднува, а уметноста ...Таа се развива во различни насоки.

Постои уметност што и припаѓа на елитата и уметност што му припаѓа на народот. Најдобра илустрација за народната уметност е секако прекрасната етно-музика од различните краеве на светот. Но, во современиот свет, уметноста станува скапа образовна уметност. Тука веќе уметноста се судрува со парите. Зошто? ...Уметноста е нешто што не бара само талент туку бара и мецени и спонзорства. Уметноста бара школување во скапи училишта и факултети. Значи, уметноста сè повеќе се доближува до парите. Со самото зближување, парите ја прават уметноста елитна и доблест на малку луѓе кои можат да ја уживаат, да го вкусат нејзиното совршенство и убавина. Нејзината елитност, ексклузивност, сега не е само во поседувањето на талентот туку и во поседувањето на материјални средства-пари за развивање и за остварување на тој талент. Современиот уметник се пробива низ многу канцеларии и министерства, издавачки куќи, уредници, додека допре на крај до луѓе што не се уметници, за да им ја докаже вредноста на својата уметност изразена и преточена, било во уметничка слика, филм, фотографија, музичко дело-опера, балет, прозно дело-роман или поезија на вистинските луѓе-најчесто најмоќните односно најбогатите луѓе во една држава кои се спремни да финансираат во уметникот.

Наспроти горекажаното, постои и т.н. алтернативна уметност, која е институционализирана, или има обиди да се институционализира. Стрипот како еден вид маргинална, алтернативна уметност се пресели од хартијата на сидовите. Се појавија и понови средства за комуникација. Телефоните и интернетот. Уметноста повторно го смени медиумот. И повторно стана достапна за сите. Уметноста на зборот и уметноста на сликата (фотографијата) особено. Но и кратката видеоуметност („видеоклиповите“) стана широко достапна. Да почнеме со текстот и телефоните – СМС-пораците. Овие кратки пораки станаа не само средство за базична комуникација во смисла на договарање и сл., туку тие станаа и средство за љубовна комуникација, за праќање на разновидни честитки по различни поводи. Во овој дел секој може да е креативец. Што се однесува до оние помалку креативните – истите се позиционирани на веќе напишани пораки или честитки од покреативните.

Кога уметноста се претвора во производ, наместо во вдохновение, творечки импулс и комуникација? Се прашуваме дали таа останува да биде уметност или се претвора во нешто друго? Доколку стане масовна, дали веќе е одлика на разбирањето и комуницирањето со уметноста? Во последно време се зборува за масовна култура. Во прилог кон тоа се појавуваат правци познати како „контра култура“ – движење во 60-тите години кое во основа ја има побуната против лажните вредности на „средениот“ живот на средната класа; „супкултура“ – во музиката тоа е панкот како правец, движење кое во својата основа го има револтот, гневот кон социјалната нееднаквост и денес т.н. „урбана култура“, која во музиката на младите го претставува рапот (и во основата на оваа музика има побуна против социјалната нееднаквост и лажните вредности). Ова е култура на маргините или алтернативна култура која многу често носи и длабоки пораки.

Уметноста и економијата

Проблематиката за финансирањето на културата, како проблем на начелниот однос меѓу парите и уметноста се поврзува со меценството, спонзорството или колекционерството во корпорациите. Овде уметноста се финансира со пари од фирмите. Во преодната фаза помеѓу економијата и уметноста владее морална и термилошка несигурност во поглед на финансирањето на уметноста од страна на економијата. Овде мораме да го објасниме поимот спонзорство, меценство, колекционерство во уметноста. Поимот меценство во уметноста значи начин на стекнување на поголем јавен углед во општеството. Меценството порано се подразбирало како приватно финансирање, со кое се овозможувало на уметниците да создадат дела, без разлика на пазарните и егзистенцијалните проблеми. Луѓето-мецени сами ја финансираат и поттикнуваат уметноста и науката преку купување на дела или давање на стипендии, финансирање на публикации со личен ангажман, преземајќи естетски ризик во кој свесно се впуштале, често пати не очекувајќи поврат од истото. Ова го правеле само од аспект на стекнување на углед во општеството.

Сите нови англосаксонски модели на поттикнување на уметноста, колекционерство во корпорациите и спонзорство, повеќето се прават од економски аспект отколку од лична природа, бидејќи парите овде потекнуваат од касата на фирмите. Кај колекционерството во корпорациите, парите се користат за создавање на уметнички збирки, која би припаѓала на фирмата, во самата фирма за мотивација на вработените, а надвор од неа за нејзин имиџ.

Поимот спонзорство треба да покрие еден поголем простор помеѓу ладно смислена реклама и срдечно давање на поддршка. Кога некоја автомобилска фирма ја "спонзорира" турнејата на некоја рок-група, таа ги помага и организаторите на концертот и тогаш спонзорот очекува да се добие и голема сума на пари и од влезниците. Слично е и спонзорирањето на ТВ-емисиите, зошто и овде станува збор за вешто украден оглас кој потполно нормално се става во престижните културни настани, со што се купуваат јавни настани и минути во програма, со што влијанието би се проширило надвор од предвидениот рекламен блок - што не е нешто друго туку суптилна реклама.

Валканите пари и уметноста

Противниците на спонзорството ја посматраат уметноста и комерцијалната стварност како неспоиви. Проблемот е, пред сè, што културата која е поврзана со спонзорството има традиционално значење, таа е намесник на хуманоста, на доброто, вистинското, на убавото, онака како што е и гледано во идеализмот. До тензија помеѓу уметноста и парите доаѓа поради тоа што во граѓанското општество на уметноста се гледа како на еден вид морална категорија, па дури ни таму не се верува во доброта, во вистината или во убавината. Постојат критичари кои осудуваат секако финансирање од страна на стопанството, а со ваквата осуда ваквите критичари го осудуваат и капитализмот. Ова значи дека се е ставено во една вреќа.

Меѓутоа, таков став денеска веќе не доживува интерес од две причини: прво, уметноста во либералното друштво може да биде критична инстанца, второ, овој став е должен да го докаже спротивното, дека уметниците и интелектуалците во времето на комунизмот се најсиромашни, овој период на егзистенција им е најкобен од која било граѓанска демократија.

Затоа и критиката на финансирањето на културата од пари кои се стекнати на неморален начин има дидактичка функција и е дискутабилна како идеологија. Колку валканите пари се присутни во уметноста? Најсовршено би било кога за секој конкретен случај би требало точно да се утврди изворот од каде што е потеклото на парите кои се вложуваат во уметноста. Како се проценуваат работодавачите на парите, дали тие се поврзани со некаков извоз на оружје во некои кризни области, дали соработуваат со некој расистички режим, дали се организатори на производство во земјите каде што постои евтина работна сила во која е забрането синдикалното организирање на работниците, дали работодавачите на парите ја злоупотребуваат слободата на печатот, или истите заработуваат профит загадувајќи ја околината. На фирмите, банките кои донираат средства во уметноста, а се присутни во горенаведените дејствија, не се гледа како на угледни работодавачи, тие се крајно непопуларни во уметноста, како вложувачи со епитет и покрај тоа што веќе дале издашна и великодушна поддршка.

Парите заработени на безобразен начин, во моментот кога доаѓаат во уметноста, почнуваат да мирисаат т.н. смрдливо, валкано, како што е и нивното потеклото.

И покрај тоа што постојат високи мерила, наивно е да се верува дека во една граѓанска држава која вложува во уметноста, парите дадени за ваквата цел се суштински почисти од парите кои биле вложувани во феудалната држава, или во времето на средновековните црковни прилози кои ги донирале неморални осуденици на смрт, затоа што граѓанското општество само врши прераспределба на добивката која ја зема во облик на даноци, а потеклото на таа добивка, може да биде поврзано со пари кои се здобиени со загадување на околината и човекот, пари добиени преку расипување-деструкција на ресурси и тоа потекло може да го оспори државата, бидејќи со прераспределба по јавен пат на добивката може да биде оправдано и перењето на парите. Цигарите се штетни за човештвото, но и такви пари влегуваат во уметноста, што значи дека во ниедна демократија парите не се јавуваат во морално чист облик, со што се потврдува дилемата дека чисти пари нема нигде, па ни во моментот кога државата ги дава во уметноста.

Заклучок

Кога говориме за уметноста и парите, нејасна е нивната граница на распознавање. Парите се противотров на убавината. Уметноста значи исклучиво трагање за нешто убаво, возвишено, недопирливо, нешто кое носи можеби и трагика. Секој уметник во почетокот трага за убавината, не помислувајќи колку уметноста е поврзана со парите. Потоа, со годините секој уметник преку своето творење повеќе ги гледа парите, го чувствува нивниот мирис, лагодност во својата душа.

Затоа, не случајно останала констатацијата дека онаму каде што почнува уметноста завршуваат парите, а таму каде биле парите - низ вековите е направена и уметноста.

Conclusion

When we're talking about money and art, there is unclear borderline of recognition. Money is an antidote to the beauty. Art means exclusively searching for something beautiful, magnificent and untouchable, which sometimes can bring tragedy. In the beginning every artist is searching for beauty, not even thinking about how art is connected to money. As the time passes, every artist through the process of creation is noticing the presence of the money, feeling its scent and the pleasure brought to his soul. And therefore, it is not by accident that the following contention still lives today – where art is, there is no money, but it seems, through the centuries, art was made solely in the presence of money.

Користена литература

1. Bari Tessler: The art of money, 2018
2. Max Haiven: Art after Money, Money after Art, 2018
3. Walter Grasskamp: Kunst und Geld: Szenen einer Mischehe Verlag C.H. BeckoHG, Munchen 1998 – Clio 2003
4. <http://arheo.blog.com.mk/node/49076> (текстовите од овој блог се публикувани во книгата В. Димитровска, Археолошки дневник, Аквариус, Скопје 2008
5. <http://forum.femina.mk/literatura-i-umetnost/>

АНАЛИЗА НА БРЕНД КАПИТАЛОТ КАКО СТРАТЕГИСКИ МОСТ - ОДРАЗ НА МИНАТОТО И ПАТОКАЗ ЗА ИДНИНАТА

UDC: 005.336.6:347.772

Reviews

М-р Верица Најдовска, Доц. Александра Андреска Саревска
Европски универзитет - Република Македонија

Апстракт

Менаџерите се под постојан притисок да го оправдаат влијанието на маркетинг активностите, додека враќањето на инвестициите на трошоците направени за маркетинг се најчесто на врвот на нивните истражувачки приоритетите. Во текот на последните 25 години, бренд капиталот стана клуч на разбирање на целите, механизмите и влијанието на маркетингот. Имено, моделот на бренд капиталот е популарен и важен маркетинг концепт, а воедно е и показател за ефикасноста од спроведените маркетинг активности.

Клучни зборови: бренд капитал, CBBE, бренд асоцијации, свесност, имиџ на брендот

THE ANALYSIS OF THE BRAND CAPITAL AS A STRATEGIC BRIDGE – THE ABBREVIATION OF THE PAST AND GUIDE FOR THE FUTURE

Abstract

Managers are under constant pressure to justify the impact of marketing activities, while the return on investment in marketing is often at the top of their research priorities. Over the last 25 years, brand equity has become the key to understanding the goals, mechanisms and impact of marketing. Namely, model of brand capital is popular and important marketing concept, and it is also an indicator of the efficiency of the marketing activities that have been implemented.

Key words: brand equity, CBBE, brand-associations, awareness, brand image

Вовед

Брендот претставува име, “знак, симбол, термин, дизајн или нивна комбинација преку кои производите или услугите на еден продавач се идентификуваат и се разграничуваат/разликуваат од оние на другите продавачи. Имено, според дефиницијата на АМА, клучно за создавање на брендот е можноста

за избирање на елементите на брендот (идентитетите на брендот) преку кои производите и услугите се идентификуваат и диференцираат од останатите производи и услуги. Но, всушност за многу менаџери брендот значи многу повеќе од тоа, односно брендот значи свесност, репутација и препознатливост за одреден производ или услуга во перцепцијата на купувачите (Keller, 2013). Моќта на брендот се одразува во способноста понудата на еден производ или услуга да се разликува од конкуренцијата преку креирање на вредност за клиентот и силна асоцијација за брендот во мислите на потрошувачите (Chernev, 2014). Токму, моќта на брендот е клучен двигател, фактор кој влијае врз капиталот на брендот.

Преглед на литературата

Иако важноста на бренд капиталот е призната повеќе од еден век сепак обидите да се дефинира, димензионира и измери капиталот на брендот за прв пат се среќава во 1980-тите години. Сè до 1970-тите, истражувачите биле заинтересирани за вкупниот комбиниран ефект на брендот не одвојувајќи го влијанието на брендот од она на производот. Во 1979 година, спонзорирано од институтот за маркетинг наука, Сринивасан 1979 ја публикува првата студија со која ја посочува индивидуалната додадена вредност од брендот на производот, а потоа во 1980-тите години, терминот бренд капиталот се среќава и користи и во академската литература.

Појавата на маркетинг концептот базирана на капитал на брендот носи добри, но и лоши вести за производителите. Добра вест е што бренд капиталот е важен и влијае врз преференциите и намерата за купување кај потрошувачите (Cobb-Walgren et al. 1995), влијае врз уделот на пазарот (Agarwal&Rao 1996), долгорочните парични текови и идните профити (Srivastava& Shocker 1991), перцепциите на потрошувачите за квалитетот на производот (Dodds et al., 1991), цените на акциите (Simon & Sullivan 1993), спојувања и преземања (Mahajan et al., 1994) создава одржлива конкурентска предност (Bharadwaj et al. 1993) и ја зголемува важноста на брендот во пазарната стратегија насочувајќи ги менаџерските и истражувачките интереси и активности (Aaker, Keller 1990), нечувствителност на пазарните цени (Erdem, Swait, and Louviere 2002); повисока вредност на пазарот за акции (Kerin and Sethuraman 1998), поголема отпорност на производите во услови на криза (Dawar and Pillutla 2000), додека лошата вест произлегува од фактот дека овој концепт се дефинира на различни начини за различни цели (Keller, Kevin Lane 2013).

Дефинициите за бренд капиталот еволуираат од 1980-тите и постепено се надополнуваат со текот на времето. На почетокот бренд капиталот се дефинира како "нето сегашна вредност на поединечните парични текови кои се препишуваат на бренд името" (Shocker, A.D. & Weitz, B. 1988) или како "сет на асоцијации и однесување на потрошувачите - корисниците на брендот, членовите на каналот на дистрибуција и партнерите (Leuthesser, L. 1988) до пошироката дефиниција дадена во деведесеттите години од минатиот век, дека бренд капиталот е "додатена вредност што брендот ја дава на производот или услугата" (Farquhar, 1989), "вредност која е атачирана за брендот" (Onkvisit, Shaw 2014). Според Американската асоцијација за маркетинг бренд капиталот е "вредноста на брендот од гледна точка на

потрошувачите, кој се базира на ставовите на потрошувачите, позитивните бренд атрибути и поволните последици од употребата на брендот". Но, најчесто цитираната дефиниција за бренд капитал е онаа на Аакер од 1991 со која бренд капиталот се дефинира како "сет на средства и обврски поврзани со брендот, неговото име и симбол, кои додаваат или одземаат од вредноста обезбедена од некој производ или услуга фирма и/или на клиентите на таа фирма" (Aaker 1991)

Повеќето пазарни теоретичари се сложуваат со следниве основни принципи на брендирање и капитал на брендот: (Keller 2013)

- Разликата во исходите доаѓа од "додадената вредност" која ја добива производот како резултат на претходни пазарни активности на брендот;

- Таа вредност за брендот може да се постигне на многу начини;

- Капиталот на брендот дава заеднички именител за интерпретирање на пазарните стратегии и за проценување на вредноста на брендот;

- Има многу различни начини на кои вредноста на брендот може да се манифестира или експлоатира во полза на фирмата.

Бренд капиталот има различно значење доколку се разгледува од различни аспекти односно за различно засегнати страни - потрошувачи, канални, партнери и компании (Feldwick 1996).

Капиталот на брендот некои теоретичари го разгледуваат од три различни перспективи и тоа бренд капиталот кој се базира на фирмата (FBBE), бренд капиталот кој се базира на потрошувачите (CBBE), бренд капиталот кој се базира на вработените EBBE (Baalbaki 2012).

Како резултат на мноштвото на дефиниции, истражувања и концепции во средината на деведесеттите години, бил постигнат консензус дека постојат два различни аспекта на бренд капитал и тоа:

- Финансиски аспект на бренд капитал (FBBE - Firm Based Brand Equity) и

- Бренд капитал врз основа на однесувањето на потрошувачите (Customer Based Brand Equity).

Бренд капиталот кој се базира на фирмата FBBE се дефинира како поединечна добивка за одреден временски период која е резултат на брендот во споредба со друг бренд со ист производ и цена, но со минимално градење на бренд имиџ. Во суштина тоа значи дека финансиската вредност што произлегува од производ кој има препознатлив бренд во споредба со финансиска вредност која ќе се акумулира ако истиот производ не го имал тој препознатлив бренд (Srinivasan et al. 2001). FBBE претставува финансиска вредност што брендот го создава за компанијата како резултат на зголемен удел на пазарот, дополнителните приходи кои ги остварува брендот (како разлика од небрендираните алтернативи), способноста на брендот да ја одржи конкуренцијата, како и способноста на брендот да опстои и издржи во услови на криза. Оценувањето на финансиската вредност за брендот е секако корисно, но тоа не им помага на продавачите да го разберат процесот на градење на бренд капиталот. Маркетинг перспективата на бренд капиталот може да им помогне на маркетерите да го осознаат функционирањето на брендот од аспект на потрошувачите и да дизајнира ефективни маркетинг стратегии кои ќе бидат во насока на изградба и јакнење на брендот (Wood 2000).

Бренд капиталот кој се базира на потрошувачите (CBBE) е доминантен и најпосакуван пристап од страна на мнозинството академици и практичари во маркетинг истражување, бидејќи ако брендот нема значење или вредност за потрошувачот, тоа е крајно бесмислено за инвеститорите, производителите или трговците на мало (Cobb-Walgren et al., 1995). Бренд капиталот CBBE е алатка за поддршка на одлуката на менаџерите која поставува корисна дијагноза за идеите и перцепцијата што потрошувачите ги имаат за брендот (Christodoulides G, et al. 2015).

Капитал на брендот кој се базира на потрошувачите (CBBE)

Од исклучителна важност за компаниите денес е како да изградат, измерат и менаџираат силен бренд. Токму моделот на CBBE дава уникатни гледишта за тоа што е капитал на брендот и како најдобро да се изгради, измери и менаџира. Капиталот на брендот базиран врз потрошувачите се дефинира како диференцијален ефект од знаење за брендот при реакција на потрошувачите на маркетинг активностите за тој бренд (Keller 2013). Брендот има позитивен капитал кога потрошувачите реагираат повољно на пазарните активности за брендот и од друга страна кога потрошувачите реагираат понеповољно на пазарните активности за производот, брендот има негативен капитал. Основната премиса на моделот на CBBE е дека моќта на брендот е условена од перцепцијата на потрошувачите за брендот како последица на нивното искуство со тек на времето, односно што имаат почувствувано, видено, слушнато и научено за брендот. Капиталот на брендот базиран врз потрошувачите им дава на компаниите витален мост од нивното минато до нивната иднина, токму во таа насока на компаниите им е потребна мудра стратегија со помош на која ќе креираат знаење за брендот во меморијата на потрошувачите. Знаењето за брендот се состои од две компоненти и тоа свесност за брендот и имиџ на брендот, имено капиталот на брендот базиран врз потрошувачите се појавува кога потрошувачите имаат високо ниво на свесност и познавањето на брендот носи силни, повољни и единствени асоцијации во сеќавањето кај потрошувачите (Keller, 2013).

Свесноста за брендот се состои од препознавање и сеќавање на брендот. Во таа насока прв чекор при градење на бренд капитал е потребата брендот да се регистрира во меморијата на потрошувачите. Создавањето на свесност за брендот се овозможува преку повторливо изложување на бренд елементите, на овој начин потрошувачот го гледа, слуша и размислува за брендот - името, логото, симболите, дизајнот, слоганот, карактерот – вклучувајќи рекламирање, промоции, публицитет, односи со јавност итн. Повторливото изложување на брендот влијае врз зголемување на препознавањето, но подобрување на сеќавањето на брендот бара и градење на силни асоцијации со соодветната производна категорија или релевантни сугестии за купување или користење на брендот.

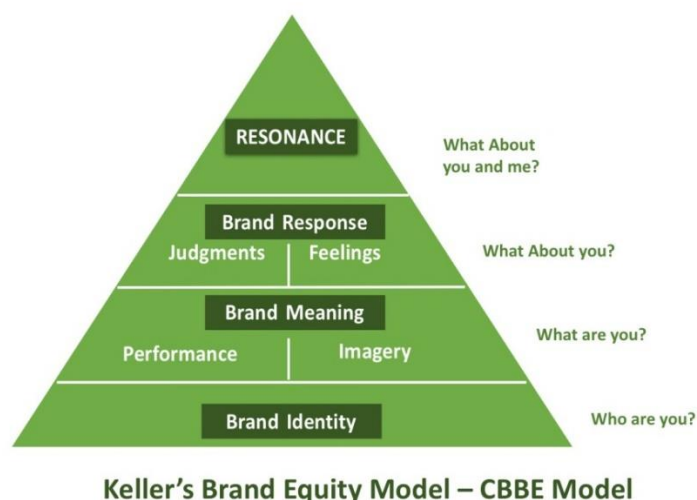
Градењето на силни, повољни и единствени асоцијации во меморијата на потрошувачите влијаат во создавањето на позитивен имиџ на брендот. Покрај пазарните активности, потрошувачите можат да создадат силни асоцијации за брендот на повеќе начини вклучително директното искуство со брендот,

извештаи за потрошувачите, кажан збор, претпоставки и заклучоци кои потрошувачите ги носат за брендот врз основа на земјата на производство, компанијата, лица, места, настани, канали на дистрибуција итн. Бројни истражувања покажале дека изворите на информации кои се под влијание на компаниите најчесто создаваат најслаби бренд асоцијации и токму за да се надмине оваа ситуација компаниите ги збогатуваат своите маркетинг планови со креативни комуникациски програми. Поволните бренд асоцијации се оние асоцијации кои се пожелни за потрошувачот и кои се успешно пренесени од производот со соодветна маркетинг програма и се во насока на задоволување на желбите, вкусовите и потребите на потрошувачите. Но, се цел да предизвикаат диференцијална реакција кој пак ќе доведе до капитал на брендот базиран врз потрошувачите, компаниите треба да се осигураат дека некои цврсти бренд асоцијации не само што се поволни туку се и уникатни во споредба со конкурентните брендови. Уникатните асоцијации им помагаат на потрошувачите да го купат брендот, но исто така треба да се знае дека не сите бренд асоцијации имаат подеднакво значење, моќ, поволност и уникатност за различни потрошувачи, дури и кај исти потрошувачи асоцијациите можат да бидат различни во зависност од ситуациите и околностите на купување.

Градење силен бренд - од идентитет до реакција и врски

Градењето на силен бренд е последица на чекорење по последователни бренд скалила почнувајќи од создавање на идентитет на брендот, значење, соодветни реакции и градење на врски со потрошувачите. Според CBBE моделот, градењето на брендот се состои од четири чекори и 6 блокови за градење на бренд кои се доследни на успешното остварување на целта на претходниот. На сликата е претставена пирамидата на капиталот на брендот базирана на потрошувачите според Келлер.

Слика бр. 1 Пирамида на капиталот на брендот базирана на потрошувачите



Извор: Keller, Kevin Lane, "Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity", 3rd Edition, Tuck School of Business Dartmouth College, 2013, p.60

Важноста на брендот ја мери свесноста на потрошувачите за брендот, односно до која мера и на кое место и време се сеќаваат или го препознаваат и колку лесно и често размислуваат за брендот (длабочина и широчина на брендот). Градењето на свесноста на брендот на потрошувачите им помага да ја разберат категоријата на производот или услугата во која брендот се натпреварува како и да осознаат кој од нивните потреби се задоволуваат со користење на овие производи.

Вториот чекор при градењето е создавање на значење на брендот односно како потрошувачите размислуваат апстрактно и за вистинската функционалност на брендот (вклучува изведба и имиџ на брендот). Дизајнирањето и испорачувањето на квалитетни производи и услуги кои во целост ги задоволуваат потребите, желбите и вкусовите на потрошувачите се предуслов за успешен маркетинг и имаат тенденција за остварување на повисоки приходи и побрзо и поголемо враќање на инвестициите. Преку имиџот на брендот, производот или услугата ги задоволува психолошките и социјалните потреби на потрошувачите. Асоцијациите кои се формираат за имиџот на брендот можат да се однесуваат на профилот на корисниците на брендот, ситуациите на купување и употреба, личности и вредности како и на историја, наследство и искуство.

Значењето на брендот помага во создавање на реакција за брендот, што потрошувачите мислат или чувствуваат за брендот. Третиот чекор за градење на бренд капиталот се однесува на судовите и чувствата за брендот. Судовите на брендот се личните ставови и оценки на потрошувачите за брендот кои се однесуваат на квалитетот, кредибилитетот, размислувањата и супериорноста на брендот. Чувствата за брендот кои можат да бидат благи/интензивни/позитивни/негативни се емотивни реакции на потрошувачите за брендот и се јавуваат како чувство на топлина, забава, возбуда, безбедност, социјално одобрување и самопочит. Чувства доаѓаат од срцето на потрошувачот и се особено важни при градење на бренд капиталот.

Последниот чекор на моделот се фокусира на крајната врска и нивото на идентификување која потрошувачот ја има со брендот. Резонанцата на брендот ја карактеризира интензитет кој е последица на приврзаност во ставовите и чувство за заедница и ниво на активност кој пак произлегува од лојалноста на потрошувачите во однесувањето и нивното активно ангажирање.

Заклучок

Стратегискиот бренд менаџмент подразбира креирање и имплементирање на маркетинг програми и активности за градење, мерење и менаџирање на капиталот на брендот. Моделот на капитал на брендот базиран врз основа на потрошувачите дава скица и инструкции за градење на брендот, мерило за проценка на напредокот на брендот при напорите за градење на брендот, како и водич за иницијативите за маркетинг истражување. Основната премиса на моделот на СВВЕ е дека вистинската мерка за јачина на брендот, е начинот на кој потрошувачите размислуваат, чувствуваат и се однесуваат во однос на брендот.

Силните брендови се градат преку логично поврзани чекори кои создаваат доволна свесност и разбирање, цврсти убедувања и ставови за брендот кои можат да послужат како темел за капитал на брендот.

Користена литература

1. Aaker, D.A. *Managing Brand Equity*, Free Press, NY., 1991
2. Agarwal, M.K. & Rao, V.R., "An empirical comparison of consumer-based measures of brand equity," *Marketing Letters*, 7, 3, 1996, стр. 237-247
3. Alexander Chernev, "Strategic Marketing Management", Fourth Edition, Kellogg School of Management Northwestern University, 2014. p 142
4. Ambler, T. *Marketing and the Bottom Line: Creating the Measures of Success*, Financial Times/Prentice Hall, London, 2003
5. Bharadwaj, S.G., Vardarajan, P.R. & Fahy, J., "Sustainable competitive advantage in service industries, a conceptual model and research propositions," *Journal of Marketing*, 57, 4, 1993, стр. 83-99
6. Christodoulides G, John W. Cadogan Cleopatra Veloutsou, (2015), "Consumer-based brand equity measurement: lessons learned from an international study", *International Marketing Review*, Vol. 32 Issue 3/4pp. 307 – 328
7. Cobb-Walgren, C.J, Rubble, C.A & Donthu N, "Brand equity, brand preference, and purchase intent," *Journal of Advertising*, 24, 3, 1995, стр. 25-40
8. Dawar, N. and Pillutla, M.M. (2000) "Impact of Product-Harm Crises on Brand Equity: The Moderating Role of Consumer Expectations." *Journal of Marketing Research*, 37, 2, pp. 215-226
9. Dodds, W.B., Monroe, K.B. & Grewal, D. "Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations," *Journal of Marketing Research*, 28, 3, 1991, стр. 307-319
10. Farquhar, P.H. (1989), "Managing Brand Equity," *Marketing Research*, pp 24-33.
11. Feldwick, P., "What is brand equity anyway, and how do you measure it," *Journal of the Market Research Society*, 38, 2, 1996, стр. 85-102
12. Hunt, S.D. and Morgan, R.M. "The Comparative Advantage Theory of Competition", *Journal of Marketing*, 59, 2, 1995, стр. 1-15.
13. Keller, Kevin Lane, "Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity", 3rd Edition, Tuck School of Business Dartmouth College, 2013, p.2
14. Keller, Kevin Lane, "Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity", 3rd Edition, Tuck School of Business Dartmouth College, 2008, p.37
15. Kerin, R.A. and Sethuraman, R. (1998) "Exploring the Brand Value-Shareholder Value Nexus for Consumer Goods Companies." *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26, 4, pp. 260-273
16. Leuthesser, L. (1988), "Defining, Measuring, and Managing Brand Equity," Working Paper No. 88-104, *Marketing Science Institute*, Cambridge, MA

17. Lisa Wood, (2000) "Brands and brand equity: definition and management", *Management Decision*, Vol. 38 Issue: 9, pp.662 – 669
18. Mahajan, V., Rao, V.R. & Srivastava, R.K., "An approach to assess the importance of brand equity in acquisition decisions," *Journal of Product & Innovation Management*, 11, 1994, 221-235
19. Mizik, N., Jacobson, R. "The Financial Value Impact of Perceptual Brand Attributes", *Journal of Marketing Research*, 45, 1, 2008, стр. 15-32
20. Sakonkvisit and John Shaw, "International Marketing-Analysis and Strategy", 4th Edition, Simultaneously published in the UK, USA and Canada by Routledge, 2004, p.312
21. Shocker, A.D. & Weitz, B. (1988), "A perspective on brand equity principles and issues," in Leuthesser, I. (Ed.), *Defining, Measuring and Managing Brand Equity Report: A conference summary*, No. 88-104, Marketing Science Institute, MA, pp 2-4.
22. Srinivasan V., Park, C.S. and Chang, D.R., "EQUITYMAP: Measurement, Analysis and Prediction of Brand Equity and its Sources," *Research Paper Series, Graduate School of Business, Stanford University*. 2001
23. Srinivasan, V., "Network models for estimating brand-specific effects in multiattribute marketing models," *Management Science*, 25, 1, 1979, pp 11–21.
24. Srivastava, R.K., & Shocker, A., "Brand Equity: A Perspective on Its Meaning and Measurement," Report Number 91-124, *Marketing Science Institute*, Cambridge, MA, 1991
25. Американска маркетинг асоцијација, достапно на: <https://www.ama.org>

ВЛИЈАНИЕТО НА КУЛТУРНИТЕ РАЗЛИКИ ВРЗ ИЗБОРОТ НА МОДЕЛ ЗА МОТИВАЦИЈА

UDC: 005.32:331.101.3]:005.73

Стручен труд

Асс. М-р Верица Неделковска

Европски универзитет – Република Македонија

Апстракт

Предмет на истражување на овој труд е утврдувањето на влијанието на организациската култура и поврзаноста меѓу културните разлики и мотивацијата на вработените во меѓународниот менаџмент. Во насока на истражување на наведениот проблем, на теоретско ниво се дефинира поимот на организациската култура во национален и меѓународен контекст, со цел преку разработка и анализа на различните модели на културни димензии да се разбере меѓусебната поврзаност помеѓу управувањето со промените и позитивното влијание на културните разлики во создавањето на идеална организациска култура.

Клучни зборови: *организациона култура, културни разлики, културни промени, мотивација, меѓународен менаџмент.*

THE INFLUENCE OF CULTURAL DIFFERENCES ON CHOOSING A MODEL FOR MOTIVATION

Abstract

The subject of research on this paper is determining the influence of the organizational culture, and the connection between the cultural differences and the motivation of the employees in international management. In the direction of exploring the mentioned problem, at the theoretical level, the notion of organizational culture in national and international context is defined, through the development and analysis of different models of cultural dimensions, to understand the interrelation between the management of the changes and the positive influence of cultural differences in the creation the ideal organizational culture.

Keywords: *organizational culture, cultural differences, cultural change, motivation, international management.*

Вовед

Организациската култура претставува еден од клучните фактори кои влијаат врз успешноста на управувањето со промените во организацијата. Таа го насочува однесувањето на вработените во компанијата која, усвојувајќи одреден систем на вредности, ги прифаќа пропишаните норми на однесување и почитувајќи ги утврдените обичаи и традиција придонесува кон создавање организациска клима во компанијата која ќе доведе кон остварување на визијата, мисијата и целите на компанијата.¹ Според тоа, развивањето на организациска култура е многу важен фактор за успешноста на компаниите, бидејќи токму таа претставува еден од темелните предуслови за реализација на одредена стратегија. Активностите на менаџерите, особено во рамките на меѓународниот менаџмент, би требало да бидат насочени кон создавање и развивање единствена култура која ќе придонесе кон создавање позитивен имиџ на компанијата, што во денешните услови на глобализација е клучен фактор за успешност и препознатливост на компаниите во светски рамки. Исто така, меѓународните менаџери мораат многу добро да ја познаваат културата на својата компанија, но и културните карактеристики на интернационалните компании како би можеле истите да ги имплементираат или да се приготват на таквите промени, со цел да се овозможи нивно прифаќање, односно почитување. Организациската култура, која ги вреднува посветеноста, довербата и отвореноста, која ги поддржува своите вработени во нивниот личен раст и развој и ги инспирира да бидат дел од таа компанија, претставува интегрален дел на позитивна и мотивирачка работна околина.²

Важноста на културните разлики врз мотивацијата во работењето

Постојат повеќе пристапи на организациска култура. Независно за кој вид поделба се работи, културата воопштено можеме да ја дефинираме како силна или слаба, зависно според нејзиното влијание врз однесувањето на вработените.³ Според Герт Хофстед, организациите се симболизирани ентитети кои функционираат според моделите замислени во умовите на нивните членови, и кои се културолошки одредени.⁴ Хофстед нагласува колку е важно разликувањето на поимот култура во организацискиот контекст од општествениот контекст, бидејќи се претпоставува дека "организациите веројатно никогаш нема да го достигнат нивото на разбирање во културолошка смисла како што е случајот со парадигмата на култура во општествениот контекст". Сето ова произлегува оттаму што учењето и прифаќањето на

¹ Buble, M.: *Osnove menadzmenta*, Sinergija Zagreb, str.46, 2006

² Warr, P.: *Psychology at work* Penguin books, Oxford University Press, London, (2002), pp. 281.

³ Spence, J. T., & Robbins, A. S. : *Workaholism: Definition, Measurement, and Preliminary Results*. *Journal of Personality Assessment*, 58, (1992), pp 160-178.

⁴ Hofstede, G.: *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*, 2nd ed. : Sage, Thousand Oaks, CA, 2001.

организациската култура се случува дури во возрасната доба и тоа никогаш не се случува во тоталитарен контекст туку зависи од изложеноста на различните ориентации, според што, организациските култури не можат да бидат така лесно вкоренети и непроменливи како општествените⁵. При настојувањето да се убеди врвниот менаџмент во вложување и спроведување тестови за влијанието на организациската култура во компаниите, Хофстед го наведува како главен аргумент следното тврдење: Организациската култура е психолошка сопственост на организацијата која се материјализира во временски период од 5 години. Во описот и категоризацијата на културата, разликуваме повеќе димензии. Хофстедовиот модел разликува шест димензии кои непосредно имаат влијание врз мотивацијата на вработените, а тие се:⁶

- Процесна ориентираност vs ориентираност кон резултатот;
- Ориентираност кон индивидуата vs ориентираност кон задачата;
- Локалност vs професионалност;
- Отворен систем vs затворен систем;
- Лежерен пристап кон работата vs строг пристап кон работата; и
- Нормативна vs прагматично структурирана организација.

Едвардс-Клејнеровата типологија на култура се детерминира преку два критериума: грижата на луѓето и грижата за учинот. Комбинирањето на овие два критериума создава матрица која резултира со четири основни типови на организациска култура:⁷

- Интегративна култура - пристап во кој подеднакво преовладува грижата за луѓето и грижата за резултатите од работењето;
- Индиферентна култура – рамнодушност или недостаток на грижа за луѓето и за резултатите, комплетен недостаток на визија. Карактеристична е за фазата на опаѓање на компанијата и владее апатија;
- Култура на грижа – пристап на првенствена грижа за луѓето, додека потоа следи грижата за резултатите на компанијата. Оваа култура ја нагласува организациската хармонија, обуката на вработените и тимската работа; и
- Строга култура – ориентирана е кон остварување на резултатите на компанијата и ги користи сите способности на поединецот. Се карактеризира со висок степен на одговорност, примена на дисциплина, награди и дополнителни бонуси за постигнатите резултати.

Најпознатата студија за тоа како културата е поврзана со предностите на работното место ја има направено Хофстед. Како дел од својата работа, овој психолог кој работел за IBM, собирал податоци за однесувањето на вработените и нивните вредности за повеќе од 100.000 лица во периодот од 1967-1973

⁵Wilkins & Ouchi: *Efficient Cultures: Exploring the Relationship Between Culture and Organizational Performance*, Vol. 28, No. 3, "Organizational Culture" (Sep., 1983), pp. 468-481

⁶Hofstede, G.: *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*, 2nd ed. : Sage, Thousand Oaks, CA, 2001.

⁷Žugaj, M., Šehanović, J., Cingula, M.: "Organizacija", TIVA Tiskara Varaždin : Fakultet organizacije i informatike, 2004.

година, со кои ги споредил културните димензии во 40 земји. Хофстед издвоил 4 димензии за кои тврдел дека ги резимираат различните култури и тоа:⁸

- Димензија моќ наспроти растојание;
- Димензија индивидуализам наспроти колективизам – ценење на личното достигнување и јакнење на врските помеѓу соработниците;
- Димензија избегнување на несигурност – степен до кој различни култури толерираат/прифаќаат несигурност и ризик;
- Димензија маскулинизам наспроти феминизам – машки наспроти женски вредности;

Според Харисон, организациската култура е пример на верувања, вредности, ритуали, митови и чувства кои ги делат членовите на организацијата. Според тоа, културата влијае на однесувањето на поединците и групите кои ја сочинуваат. Културата се однесува на сите аспекти на животот на организацијата: начинот на донесување одлуки, кој ги носи, кој наградува и доделува признанија, кој се унапредува, каков е односот помеѓу вработените внатре во организацијата, ставот на организацијата кон надворешното опкружување итн. Врз основа на сите овие варијабли, Харисон предложил четири типа на организациска култура: култура на моќ – или претприемничка култура, култура на улоги – често се перципира и како бирократска култура чиј темел се наоѓа во правилата и процедурите, култура на задачи – тимска култура, култура на поединецот – важни се само луѓето и на нив се гледа како ѕвезди во галаксија.⁹ Подоцна Ханди ги презел и разработил овие четири типа на организациска култура, поврзувајќи го секој тип на култура со еквивалентна организациска шема.¹⁰

Теориите изложени во овој труд нудат одредени карактеристики на поедини организациски култури, кои согласно позитивните ефекти кои ги нудат, би можеле да се сфатат како предизвик од страна на меѓународните менаџери за инкорпорирање на истите во сопствените компании за остварување успешност во мотивирањето на вработените.

Заклучок

Моделот на организациска култура кој менаџерите го развиваат за секоја земја или регион со кои соработуваат претставува почетна точка во разбирањето на културниот контекст на работење. Притоа, националните, социокултурните или културните варијабли кои ги одредуваат основните ставови кон работата, времето, материјализмот, промената и лидерството, директно влијаат врз мотивацијата и очекувањата во врска со работењето, односите и крајните резултати од индивидуалното и тимско работење. Во тој правец, следува заклучокот дека ефективното интернационално работење подразбира

⁸Андрески, Б., Ристовска, Н., Машовиќ, А., "Меѓународен менаџмент", Европски универзитет – Република Македонија, Скопје, 2009.

⁹Harrison R., Stokes H.: *Diagnosing Organizational Culture*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco, 1992.

¹⁰Handy, C., 1985, *Understanding Organizations*, Penguin Books, Harmondsworth, Middlesex, England, 1985

не само толеранција и почитување на културните разлики, туку и прифаќање и инкорпорирање на позитивностите од различните коегзистирачки пристапи во сопствената организациска култура.

Conclusion

The organizational culture model developed by managers for each country or region they cooperate represents a starting point in understanding the cultural context of operations. In doing so, national, socio-cultural or cultural variables that determine the basic attitudes towards work, time, materialism, change and leadership directly influence the motivation and expectations regarding the work, relationships and the ultimate results of individual and teamwork. In that direction, the conclusion follows that effective international work implies not only tolerance and respect for cultural differences, but also acceptance and incorporation of positives from different coexisting approaches in their own organizational culture.

Користена литература

1. Андрески, Б., Ристовска, Н., Машовиќ, А.: "Меѓународен менаџмент", Европски Универзитет – Република Македонија, Скопје, 2009
2. Buble, M.: *Osnove menadzmenta*, Sinergija Zagreb, str.46, 2006
3. Harrison R., Stokes H.: *Diagnosing Organizational Culture*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco, 1992.
4. Hofstede, G.: *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*, 2nd ed. : Sage, Thousand Oaks, CA, 2001.
5. Schein, E.H.: *The Role of the Founder in Creating Organizational Culture*, Organizational Studies, 1983
6. Spence, J. T., & Robbins, A. S. : *Workaholism: Definition, Measurement, and Preliminary Results*. Journal of Personality Assessment, 58, (1992), pp 160-178.
7. Warr, P.: *Psychology at work* Penguin books, Oxford University Press, London, (2002), pp. 281.
8. Wilkins & Ouchi: *Efficient Cultures: Exploring the Relationship Between Culture and Organizational Performance*, Vol. 28, No. 3, "Organizational Culture" (Sep., 1983), pp. 468-481

ВЛИЈАНИЕ НА ПРОДАЖНАТА ПРОМОЦИЈА ВРЗ ОДЛУКАТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ ПРИ КУПУВАЊЕ НА ПРОИЗВОДИ ЗА ШИРОКА ПОТРОШУВАЧКА

UDC: 658.82:366.46]:303.725.3(497.7)

*Изворен научен труд***Асс. м-р Верица Најдовска***Европски универзитет - Република Македонија*

Апстракт

Компаниите во трката да ги зачуваат своите, но и да ги освојат потенцијалните купувачи, а во услови на сè поголема стандардизација на услугите и производите на глобалниот пазар, им се наметнува потребата од интензивирање на продажната промоција. **Целта** на истражувањето во овој труд е да се испита и проучи како активностите на продажната промоција влијаат врз однесувањето на потрошувачите и динамиката на купување на производите за широка потрошувачка во Република Македонија. Во корелација со главната цел истражувањето во овој труд ќе даде одговор на следниве истражувачки прашања:

- Дали продажната промоција влијае врз однесувањето на потрошувачите во процесот на купување? Колкаво е нејзиното влијание?
- Дали постојат значајни разлики на влијанието на алатките на продажната промоција врз одлуката за купување во зависност од полот, возрасната група и месечните примања на купувачите.

Клучни зборови: *продажна промоција, однесување на потрошувачите, производи, широка потрошувачка.*

THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION OVER THE DECISION OF THE CONSUMERS WHILE BUYING PRODUCTS FOR WIDE CONSUMPTION

Abstract

As a result of the continuously changing business environment, companies need innovative marketing strategies through which they will attract the attention of consumers and create loyal customers by intensified sales promotion. The aim of the research in this paper is to examine and study how the activities of promotional sales

affect the behavior and dynamics of purchasing consumer goods in the Republic of Macedonia. In correlation with the main goal, the research in this paper will answer the following research questions:

- Does sales promotion affect consumer behavior in the buying process? What is its impact?
- Are there significant discrepancies in the impact of sales promotion tools on the purchasing decision depending perаpдинг gender, age group and monthly income of the buyers.

Key words: *sales promotion, consumer behavior, fast moving consumer goods*

Вовед

Промоцијата како еден од основните инструменти на маркетингот претставува сложен процес за масовно комуницирање со потрошувачите. Преку промоцијата потрошувачите најпрво се запознаваат со карактеристиките на производот и другите инструменти на маркетингот за потоа да се создадат нужни предуслови за зголемување на обемот на продажбата. Различни промотивни форми различно влијаат врз потенцијалните потрошувачи. Вистинскиот избор на миксот на пропагандните елементи може да придонесе до зголемување на потенцијалните купувачи.

Вложувањата во економската пропаганда не секогаш имаат влијание врз зголемувањето на обемот на продажбата во моментот туку тоа влијание може да се остварува во подолг временски период. Економската пропаганда презентира причини заради кои купувачите би го купиле производот, за разлика продажната промоција која ги иницира и мотивира купувачите да го купат производот во истиот момент на промоцијата.¹

Процесот на купување се состои од повеќе фази, чие времетраење зависи од интензитетот на желбите и потребите. Најчесто се истакнуваат фазата на идентификување, фаза на иницијален интерес за производот, фаза на поттикнување кон акција за купување, фаза на барање и споредување на производот, фаза на избор и фаза на развој на желбите по завршениот процес на купување. Adcock et al (2001) оценува дека кога одлуката за купување е донесена, таа може да биде под влијание на непредвидени фактори на ситуацијата. Некои од овие фактори би можеле директно да се поврзат со купувањето, на пример карактеристиките на производот, квалитетот, начините на плаќање и сл. Во повеќето случаи одлуката за купување на одреден производ е под влијание на алатки за унапредување на продажбата, како купони, попусти, рабати, примероци итн.² По разгледувањето на можните опции, потрошувачот донесува одлука за купување и неговиот избор делумно зависи од причината за купувањето.³ Примената на еден или на повеќе видови на промоцијата на продажбата треба да се набљудува од аспект на економската суштина на работењето. Имено, секој облик на промоција на продажбата предизвикува трошоци. Притоа, ефектите на продажната промоција, како и средствата кои ќе се вложат, мора да имаат определена временска

¹Ngolanya, M., Mahea, T., Nganga, E., Amollo, F. and Karuiki, F. (2006): Influence of Sales Promotion Campaigns on Consumer Purchase Decision: A Case Study of Nakumatt Supermarkets. Department of Business Administration, University of Nairobi.

² Adcock, D., Halborg, A. and Ross, G. (2001): Marketing Principles and Practice. 4th Pearsons Education, Harlow, England

³Kotler, P. (2003): Marketing Management. 11th Edition, Prentice Hall, New York.

димензија која зависи и од обликот на промоцијата, но и од други фактори. Сите тие елементи, сосема разбирливо, треба да се во согласност со целите на претпријатието и стратегијата на маркетингот.⁴

Методологија на работа

Мерењето на ефектите од вложувањата во промотивните активности е сложен проблем. Тоа произлегува од фактот што врз обемот на продажба влијаат голем број фактори одделно, но и заемно. Од таму речиси е невозможно со прецизност да се утврди колку се зголемила побарувачката за одредени производи или услуги како резултат на вложените средства за нивна промоција. При изработката на овој труд користени се класични научни методи: анализа и синтеза, статистичката и историскиот метод, како и анкетно истражување. Презентирањето на материјалот е реализирано со помош на користење на методите на теоретската и емпириската анализа, која овозможи осознавање на одредени аспекти на проучуваната проблематика.

Со цел да се утврди влијанието на продажната промоција врз одлуката за купување на нивните производи, спроведено е анкетното истражување. Податоците се обработени со Статистички пакет за општествени науки (program for statistical analysis of sampled data– PSPP). Бидејќи сите варијабли се мерени на номинално и ординално ниво, описот на дистрибуцијата на примерокот во однос на испитуваните варијабли е направен со апсолутни броеви и фреквенции. Номиналните варијабли (оние што овозможуваат мерење на номинално ниво) се состојат од категории меѓу кои не постои квантитативна туку квалитативна врска како на пример (пол). Ординалните варијабли се состојат од категории кои се наредени според квантитет (како на пример: возрасни групи, категории на личен доход, и мерење на степенот на влијание).

Преку дескриптивна статистика, корелациона анализа и употреба на непараметарски тест - Хиквадрат, утврдени се релевантни индикатори кои пак овозможија носење на соодветни заклучоци и препораки.

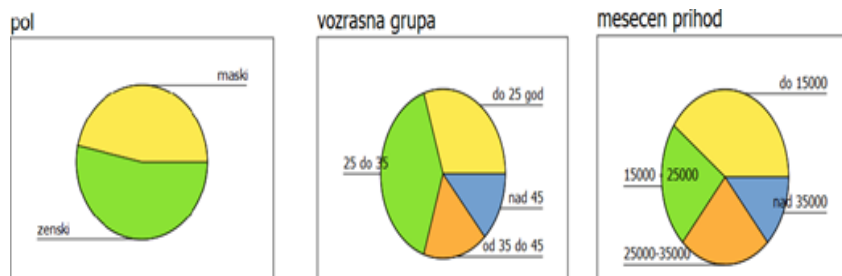
Резултати од емпириско истражување

Во анкетата беа опфатени 30 испитаници од Република Македонија и тоа 47% мажи и 53% жени, од кои 30% на возраст до 25 години, 40% на возраст од 25 до 35 години, 17% спаѓаат во возрасната група од 35 до 45 години и 13% од испитаниците имаат над 45 години. Третата демографска карактеристика во која беа вклучени испитаниците е месечниот приход и беа поделени во 4 категории и тоа 40% од

⁴Исто, стр. 351

испитаниците се со лични примања под 15.000 денари, 23% се со примања помеѓу 15.000-25.000 и 25.000-35.000, а само 13% имаат лични месечни примања над 35.000 денари.

Графикон бр 1. Демографски карактеристики на испитаници



Во вториот дел од анкетниот прашалник испитаниците одговараа на шест поставени прашање во насока да се утврди дали одредени алатки на продажната промоција имаат влијание при одлуката за купување на производите и им беа понудени три опции на одговори (нема влијание/има мало влијание/има големо влијание).

Табела бр.2 Влијанието на продажната промоција (продажен асистент, купон, подарок, цени, дисплеј, 1+1 гратис) врз одлуката за купување

влијание на prodazen asistent vrz odlukata za kupuvanje naproizvodot					
Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nema vlijanie	1	4	13.33	13.33	13.33
malo vlijanie	2	14	46.67	46.67	60.00
golemo vlijanie	3	12	40.00	40.00	100.00
Total		30	100.0	100.0	
vlijaniето na kuponite vrz odlukata za kupuvanje					
Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nema vlijanie	1	4	13.33	13.33	13.33
malo vlijanie	2	10	33.33	33.33	46.67
golemo vlijanie	3	16	53.33	53.33	100.00
Total		30	100.0	100.0	
vlijaniето na poklonite vrz odlukata za kupuvanje					
Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nema vlijanie	1	7	23.33	23.33	23.33
malo vlijanie	2	15	50.00	50.00	73.33
golemo vlijanie	3	8	26.67	26.67	100.00
Total		30	100.0	100.0	
vlijaniето na namaluvanje na cenite za vreme na određen period pr. praznici					
Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nema vlijanie	1	3	10.00	10.00	10.00
malo vlijanie	2	7	23.33	23.33	33.33
golemo vlijanie	3	20	66.67	66.67	100.00
Total		30	100.0	100.0	
vlijaniето na postaven poseben brend displej vo prodazno mesto					
Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nema vlijanie	1	10	33.33	33.33	33.33
malo vlijanie	2	15	50.00	50.00	83.33
golemo vlijanie	3	5	16.67	16.67	100.00
Total		30	100.0	100.0	
vlijaniето na prodaznata promocija 1+1 gratis					
Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nema vlijanie	1	2	6.67	6.67	6.67
malo vlijanie	2	8	26.67	26.67	33.33
golemo vlijanie	3	20	66.67	66.67	100.00
Total		30	100.0	100.0	

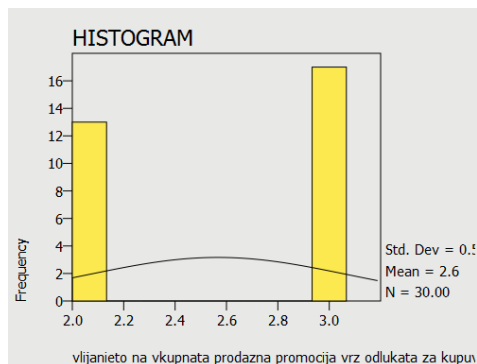
Според анализата на добиените одговори можеме да заклучиме дека:

1. Влијанието на продажните асистенти кај најголем процент од испитаниците 47% има мало влијание врз одлуката за купување, 40% одговориле дека ваквата алатка за промоција има големо влијание, додека 13% сметаат дека продажниот асистент нема никакво влијание врз неговата одлука да купи одреден производ за широка потрошувачка.
2. Купоните имаат големо влијание врз одлуката за купување кај 53% од испитаниците, кај 33% има мало влијание, додека 13% се изјасниле дека оваа промотивна алатка нема влијание врз нивната одлука.
3. На прашањето какво е влијанието на подароците врз одлуката за купување, 50% одговориле дека е мало, додека 27% одговориле дека е големо, а 23% нема влијание.
4. Анализата на резултатите за влијанието на намалените цени во одреден период од годината (пример: празници) врз одлуката за купување покажаа дека кај речиси 67% од испитаниците има големо влијание додека кај 23% има мало влијание и само 10% одговориле дека се имуни на оваа промотивна алатка.
5. Поставените брендираните дисплеи во продавниците кај 50% од испитаниците имаат мало влијание врз одлуката за купување, кај 33% немаат влијание, додека кај речиси 17% имаат големо влијание при одлуката за купување.
6. Продажната промоција 1+1 гратис слично како и ценовната промотивна алатка има најголемо влијание врз одлуката за купување и тоа кај 67% од испитаниците, кај 27% има мало, додека само 6%, односно само двајца од вкупно 30 испитаници одговориле дека оваа стратегија за промотивна продажба нема никакво влијание врз нивната одлука за купување.

Со цел да се донесе генерален заклучок за влијанието на алатките на продажната промоција на производите за широка потрошувачка врз одлуките на купувачите се користи модусот како мерка за централна тенденција, односно вредноста која најголем број пати се јавува во низата на одговори. Според добиените резултати продажните асистенти, подароците, брендираните дисплеи имаат мало влијание врз одлуката за купување, додека промоцијата 1+1 гратис, намалените цени за време на празници и подароците имаат големо влијание врз одлуката на купувачите да купат производи за широка потрошувачка во Република Македонија.

Со користење на модусот, креирана е посебна варијабилна која го прикажува влијанието на алатките на продажната промоција врз одлуките на купувачите. Податоци од оваа варијабилна се непараметриски поради отсуството на нормалната дистрибуција.

Хистограм бр.1 Влијанието на алатките на продажна промоција- Непараметриски податоци поради отсуство на нормалната дистрибуција



Со интерпретација на вредностите на коефициентите на корелација може да ја опишеме врската меѓу две променливи. Коефициентот на Spearman се користи за непараметриски податоци. Со испитување на врската меѓу полот, возраста и просечните приходи со влијанието на алатките на продажната промоција на производите врз одлуките на купувачите можеме да заклучиме дека влијанието на продажната промоција е во силна негативна корелација со месечните приходи, односно според коефициентот на Spearman, кој изнесува $-0,75$, односно со зголемување на приходите, влијанието на продажната промоција се намалува. Исто така негативен е и коефициентот на корелацијата меѓу возрасните групи и влијанието на продажната промоција и изнесува $-0,2$ Spearman, односно со зголемување на старосната граница на купувачите влијанието на промоцијата врз одлуките за купување се намалува. Позитивна, но многу слаба корелација имаме само кај променливата влијание/пол и изнесува $0,12$, односно влијанието на промотивните алатки за продажба незначително зависи од полот на купувачите.

Табела бр 3. Коефициент на корелација (полот, возраста и месечните приходи со влијанието на алатките на продажната промоција)

Symmetric measures.					
Category	Statistic	Value	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.13	.18	.67	
Interval by Interval	Pearson's R	.13	.18	.67	
N of Valid Cases		30			

Symmetric measures.					
Category	Statistic	Value	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.20	.18	-1.08	
Interval by Interval	Pearson's R	-.22	.18	-1.20	
N of Valid Cases		30			

Symmetric measures.					
Category	Statistic	Value	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.75	.08	-5.92	
Interval by Interval	Pearson's R	-.73	.08	-5.68	
N of Valid Cases		30			

Дискусија

Во отсуство на нормална дистрибуција, мал примерок 30 опсервации и номинални и ординални податоци поставените хипотези ќе се тестираат со непараметриски тестови. Во овој труд тестирани се три хипотези и тоа:

➤ Прва хипотеза

H0: Не постојат значајни разлики на влијанието на алатките на пазарната промоција врз одлуката за купување меѓу половите.

H1: Постојат значајни разлики на влијанието на алатките на пазарната промоција врз одлуката за купување меѓу половите.

Табела бр. 4 Тестирање на хипотеза

Statistic	Value	df	Asymp. Sig. (2-tailed)	Exact Sig. (2-tailed)	Exact Sig. (1-tailed)
Pearson Chi-Square	.48	1	.491		
Likelihood Ratio	.48	1	.490		
Fisher's Exact Test				.713	.374
Continuity Correction	.10	1	.749		
Linear-by-Linear Association	.46	1	.498		
N of Valid Cases	30				

Анализата на добиените резултати со помош на Хи-квадрат укажа на фактот дека вредноста Asymp. Sig. 2-tailed на Pearson Chi-Square е повисока од 0,05 и нултата хипотеза се прифаќа, односно можеме да заклучиме дека не постојат значајни разлики на влијанието на алатките на пазарната промоција врз одлуката за купување меѓу половите.

➤ Втора хипотеза

H0: Не постојат значајни разлики на влијанието на алатките на пазарната промоција врз однесувањето на купувачите меѓу возрастните групи.

H1: Постојат значајни разлики на влијанието на алатките на пазарната промоција врз однесувањето на купувачите меѓу возрастните групи.

Табела бр. 5 Тестирање на хипотеза

Statistic	Value	df	Asymp. Sig. (2-tailed)
Pearson Chi-Square	2.04	3	.565
Likelihood Ratio	2.07	3	.559
Linear-by-Linear Association	1.43	1	.232
N of Valid Cases	30		

Тестирањето на втората хипотеза покажа дека Asymp. Sig. 2-tailed на Pearson Chi-Square е повисока од 0,05 и повторно се прифаќа нултата хипотеза дека не постојат значајни разлики на влијанието на алатките на пазарната промоција врз однесувањето на купувачите меѓу возрастните групи.

➤ Трета хипотеза

H0: Не постојат значајни разлики на влијанието на алатките на пазарната промоција врз одлуката за купување според остварени приходи.

H1: Постојат значајни разлики на влијанието на алатките на пазарната промоција врз одлуката за купување според остварени приходи.

Табела бр 6. Тестирање на хипотеза

Chi-square tests.			
Statistic	Value	df	Asymp. Sig. (2-tailed)
Pearson Chi-Square	17.20	3	.001
Likelihood Ratio	23.12	3	.000
Linear-by-Linear Association	15.53	1	.000
N of Valid Cases	30		

Анализата на добиените резултати со помош на Хи-квадрат укажа на фактот дека вредноста Asymp. Sig. 2-tailed на Pearson Chi-Square е пониска од 0,05 и нултата хипотеза се отфрла, односно можеме да заклучиме дека постојат значајни разлики на влијанието на алатките на пазарната промоција врз одлуката за купување според остварени приходи.

Заклучок

Со цел да се утврди влијанието на продажната промоција врз одлуката за купување на производите за широка потрошувачка во Република Македонија беше спроведено анкетното истражување и беа опфатени 30 испитаници. Според анализата на добиените одговори може да се заклучи дека продажните асистенти, подароците, брендираните дисплеи имаат мало влијание врз одлуката за купување, додека промоцијата 1+1 гратис, намалените цени за време на празници и подароците имаат големо влијание врз одлуката на купувачите да купат производи за широка потрошувачка во Република Македонија. Со испитување на врската меѓу полот, возраста и просечните приходи со влијанието на алатките на продажната промоција можеме да заклучиме дека влијанието на продажната промоција е во сила на негативна корелација со месечните приходи, односно со зголемување на приходите, влијанието на продажната промоција се намалува. Исто така негативен е и коефициентот на корелацијата меѓу возрасните групи и влијанието на продажната промоција, со зголемување на старосната граница на купувачите влијанието на промоцијата врз одлуките за купување се намалува. По тестирање на хипотезите можеме да заклучиме дека:

- не постојат значајни разлики на влијанието на алатките на пазарната промоција врз одлуката за купување меѓу половите,

- не постојат значајни разлики на влијанието на алатките на пазарната промоција врз однесувањето на купувачите меѓу возрасните групи.

- постојат значајни разлики на влијанието на алатките на пазарната промоција врз одлуката за купување според остварени приходи.

Вистинскиот избор на миксот на пропагандните елементи може да придонесе до зголемување на потенцијалните купувачи, секако во иднина акцент треба да се стави на 1+1 гратис, намалените цени за време на празници и подароците како промотивни продажни алатки на производите за широка потрошувачка во Република Македонија.

Користена литература

1. Adcock, D., Halborg, A. and Ross, G. (2001): Marketing Principles and Practice. 4th Pearsons Education, Harlow, England
2. JankaDimitrova, MiroslavAndonovski, THE PROMOTION - A TOOL FOR SUCCESSFUL PRODUCT STORY, <http://eprints.ugd.edu.mk/4862/1/>
3. Kotler, P. (2003): Marketing Management. 11th Edition, Prentice Hall, New York.
4. Ngolanya, M., Mahea, T., Nganga, E., Amollo, F. and Karuiki, F. (2006): Influence of Sales Promotion Campaigns on Consumer Purchase Decision: A Case Study of Nakumatt Supermarkets. Department of Business Administration, University of Nairobi.
5. Бошко Јаковски, Маркетинг, шесто издание, Скопје, 2002

ИНОВАТИВНИ МАРКЕТИНГ-ТЕХНИКИ

UDC: 658.8.03:005.591.6

*Стручен труд***М-р Антониела Стамевска***Република Македонија*

Апстракт

Иновациите се присутни скоро во секоја индустриска гранка. Во пазарната економија, во прилог на иновациите на производите (услугите) и производниот процес, постои и иновација во маркетингот. Маркетинг-иновацијата претставува имплементација на нов маркетинг-метод кој може да вклучи и значајни промени во дизајнот или пакувањето, пласманот, промоцијата или цената на производот (Eurostat, 2005). Денес, компаниите успеваат да ја применат иновацијата како секојдневна маркетинг-практика. Индустриски лидери креираат иновативни маркетинг-техники, нудат подобрена вредност и квалитет за пониска цена, со што ги реструктурираат пазарот и ги редефинираат маркетинг-каналите (Denning, 2015).

Клучни зборови: иновација, маркетинг-иновација, маркетинг-техника, компанија, маркетинг-каналите

INNOVATIVE MARKETING TECHNIQUES

Abstract

Innovation is present in almost every industry branch. In the market economy, besides the innovation of products (services) and manufacturing process, there is also innovation in marketing. Marketing-innovation is the implementation of a new marketing method that may include significant changes in the design or packaging, marketing, promotion or price of the product (Eurostat, 2005). Today, companies manage to innovate as daily marketing practice. Industrial leaders create innovative marketing-techniques, offer improved value and quality at a lower cost, thus restructuring the market and redefining marketing-channels (Denning, 2015).

Key words: innovation, marketing-innovation, marketing-techniques, company, marketing-channels

Вовед

Иновација претставува воведување на нов или значително подобрен производ, услуга или процес на производство, нов организационен метод или нов маркетинг-метод во деловната пракса, со што се

креираат пазарни предности и зголемување на конкурентноста на компанијата (d'Oslo, 2005).

Најчест вид иновации кои се применуваат во маркетингот на компаниите се т.н. „кајцен“ иновации, односно континуирани мали подобрувања во различни насоки (Henry, 2014). Тие не ги акцентираат новите откритија, туку се базираат на мали промени, преку примена на познати и успешни практики и информации, што резултираат со новитети и поволности за клиентите. Употребата на иновативни маркетинг-техники е круцијална за успехот на компаниите, а како такви се издвојуваат гроут-хакинг-техниката, маркетингот преку странични проекти, гејмификација, ре-маркетингот, маркетингот преку надградена реалности употребата на чет-бот (Brooks, 2013).

Гроут-хакинг (Growth-hacking): Гроут-хакинг претставува иновативен процес на експериментирање низ маркетинг-каналите и развојот на производот, преку користење конвенционални и неконвенционални маркетинг-експерименти, со кои ќе се идентификува најефективниот начин за унапредување на бизнисот. Со цел да донесе успех, процесот на гроут-хакинг треба да започне уште во фазата на дизајнирање и развивање на производот. Оваа маркетинг-техника има за цел да ги привлече целните потрошувачи преку употреба на релативно низок буџет за маркетинг. За разлика од традиционалните маркетингари, „гроут-хакерите“ се обидуваат да го „вградат“ маркетингот во самиот производ. Тие често се фокусираат кон „евтини“ алтернативни маркетинг-активности и користење на и-мејл, блогови, оптимизација на пребарување, странични проекти, АПИ(API-application programming interface), социјални медиуми, наместо платено рекламирање преку традиционалните медиуми, како што се: радио, весници, и телевизија (Toner, 2015). Оваа стратегија е особено применлива кога целта на компанијата е брз раст во раната фаза од нејзиното лансирање (den Holder, 2016). Некои од компаниите кои користеле гроут-хакинг маркетинг-техника се: Хотмејл (Hotmail), Дропбокс (Dropbox), Твитер (Twitter), Еирбиенби(Airbnb) итн. (McLaughlin, 2014).

Маркетинг преку странични проекти (Side-Project Marketing): Сèуште не постои точна дефиниција за терминот „страничен проект“, но како пример може да послужи апликацијата Снепа (Snappa). Снепа претставува веб-апликација која им помага на дигиталните маркетингари да создадат и споделат високоинтерактивна визуелна содржина, најчесто наменета за блогирање и поставување на социјалните медиуми. Корисниците на Снепа плаќаат 15\$ месечно за користење на платформата. Со цел да ги продаде месечните пакети, Снепа треба да ги привлече потенцијалните клиенти на својата платформа. За таа цел, тимот на Снепа ја создал платформата Сток Снеп (Stock Snap), каде што може да се пронајдат бесплатни фотографии. Оваа платформа претставува страничен проект на апликацијата Снепа. Корисници на бесплатната алатка Сток Снеп се истите оние кои ја користат и Снепа-апликацијата. При бесплатното користење на Сток Снеп, корисниците се препраќаат на Снепа, каде што лесно можат да додадат ефекти и филтри за фотографијата, текст, графички елементи и слично. Во моментот 75% од корисниците на Снепа доаѓаат директно од нивниот страничен проект (Miller, 2017). Секоја компанија треба да размисли и добро да го испланира својот страничен проект, како и да истражи дали неговата креација ќе го реши проблемот на целните потрошувачи, ќе донесе нови клиенти и дали вложувањето во овој проект ќе биде исплатливо. Страничниот проект треба да создаде вредност за корисниците, која е во

согласност со основната дејност на компанијата, без притоа да се изгуби главниот фокус. Исто така, компанијата може да соработува и да започне страничен проект заедно со друга комплементарна компанија, со која ќе ги поделат трошоците, и на тој начин двете страни ќе имаат бенефит (Haden, 2017).

Гејмификација (Gamification): Процесот на гејмификација аплицира принципи и елементи на игра во друг контекст, со цел да се подобри корисничката интеракција, организациската продуктивност, учењето, регрутирањето и евалуацијата на вработените, упростувањето на употребата на компјутерските системи и други активности (Huotari и Namari, 2012). Гејмификацијата е широко применета и во маркетингот. Постојат голем број креативни можности вклучени во маркетинг-гејмификацијата. Над 70% од испитаните компании од страна на Forbes Global 2000 (2013), одговориле дека планираат да го користат процесот на гејмификација за маркетинг-цели и привлекување на потрошувачи. Преку гејмификација на маркетингот на содржина, маркетинзите можат да предизвикаат одредени однесувања и да ги мотивираат играчите да извршат задачи кои бараат напор и време, што е невозможно во средини кои не се гејмифицирани. Оваа маркетинг-техника се користи со цел да се креира свесност за производот или услугата, преку пренасочување на корисниците од играта кон други делови на веб-страницата на компанијата. За да се избегнат неуспесите од лошо дизајнираните маркетинг-игри и да се постигне успех од оваа стратегија, најдобро да се користат производи или услуги од компании кои се специјализирани во создавањето гејмифицирани програми (Roy, 2016).

Ре-маркетинг (Re-marketing): Ре-маркетингот претставува прикажување насочени реклами кон целните потрошувачи додека разгледуваат низ интернет, а претходно го посетиле веб-сајтот на компанијата. На пример, ако некој ја посети веб-страницата, разгледува производ во онлајн продавницата и ја напушти без да го купи производот, компаниите имаат можност да му прикажат реклама од производот на потрошувачот додека е присутен на други веб-страници или пребарувачи. Ре-маркетингот е ефективна маркетинг-техника која овозможува поголемо враќање на инвестициите, прецизно насочување кон целните потрошувачи, зацврстување на брендот, повисока стапка на ретенција на потрошувачите и слично (Lee, 2015).

Маркетинг преку надграденa (збогатена) реалност (Augmented reality-marketing): Надградената (збогатената) реалност претставува технологија која комбинира компјутерски генерирани слики и ги интегрира во реалниот свет на корисникот, со што се креира композиција од дигитални и реални елементи. Спротивно на виртуелната реалност, која комплетно го трансформира погледот на реалниот свет, надградената реалност преплетува виртуелни елементи кои би можеле да недостигаат во специфичната, физичка ситуација (Sinicki, 2017). Ова е една од причините зошто на корисниците им се допаѓа функцијата на апликацијата Снапчет (Snapchat), каде што можат да користат најразлични визуелни ефекти и да ги трансформираат обичните видеа. И покрај тоа што е релативно нова технологија, надградената реалност нуди маркетинг-опции кои можат да се применат во маркетинг-стратегијата на иновативните компании. Компанијата Модифејс (Modiface), чии огледала со надграденa реалност се поставени во продавниците Сефора (Sephora), им овозможува на корисниците виртуелно да ја нанесат шминката без физички контакт со производот, што води до подобар избор и одлука за купување на

вистинскиот производ. Исто така, примената на технологијата на надградена реалност во модната индустрија го редуцира потрошениот напор и време за избор на парчињата облека кои им одговараат на потрошувачите (Kim и CheeYong, 2015). Овој начин на виртуелно облекување може да го користат и онлајн продавниците на компаниите преку веб-камери. Факт е дека технологијата на надградена реалност сèуште е во раните развојни фази и изградбата на сопствена технологија на надградена реалност е скапа. Сепак, компаниите можат да го рекламираат својот бренд директно на апликации со надградена реалност кои веќе се популарни или да употребуваат реклами кои ја користат технологијата на надградена реалност за да привлечат нови и да го зголемат интересот кај постоечките потрошувачи.

Четбот (Chatbot): Четботот е компјутерска програма која симулира интелигентни разговори со луѓето, најчесто во аудио или текстуална форма (Wong, 2016). Целта на оваа програма е создавање персонализирана и забавна интеракција со потрошувачите во текот на пребарувањето на потребните информации. Четботот вообичаено се користи за одговори на едноставни прашања, како на пример, основни информации за одреден производ или компанија, временска прогноза, информации за позната личност, настан, информации од научен карактер и слично. Голем број брендови ја применуваат оваа компјутерска програма при комуникација со своите потрошувачи. Четботот е моќна маркетинг-алатка доколку правилно се употребува. Компаниите можат да применуваат четбот како помошна алатка при продажба на своите производи и услуги. Оваа компјутерска програма може да им даде важни информации и совети за купување на потрошувачите во секое време, бидејќи е програмирана да работи нон-стоп. Четботот може да се употребува и како помошно средство за процесирање на трансакциите доколку некој клиент треба да плати за одреден производ или услуга. Една од најмоќните способности на четботот е собирање корисни информации за потрошувачите, нивните навики на купување, желби и преференци за производите и сл. Четботот, исто така ги меморира сите одговори на прашањата кои им ги поставува на потрошувачите, со што прибира многу важни информации за нивните потреби и барања. Со користење на оваа програма, може да се креира персонализиран однос со клиентот преку имитацијата на човечки глас, со што ќе се подобри и надополни корисничкото искуство. (Patel, 2017).

Заклучок

Карактеристично за успешните компании е иновирањето преку создавање нови, подобрени или револуционерни решенија за потребите на луѓето. Во последните години, се повеќе се применуваат нови иновативни маркетинг-техники, кои им овозможуваат на компаниите поефективно да достигнат до целните потрошувачи и да применат ценовни стратегии кои претходно не биле изводливи.

Conclusion

It is characteristic for successful companies to innovate by creating new, improved or revolutionary solutions for people's needs. In recent years, the usage of innovative marketing techniques has increased, which enables the companies to reach the target consumers more effectively and to apply pricing strategies that were not feasible before.

Користена литература

1. Brooks, C. (2013), "Entrepreneurs answer the question: Why is innovation important", available at: <http://bit.ly/2HwS6YX> (accessed 9 January 2019)
2. d'Oslo, M. (2005), "Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation", OECD, Paris
3. den Holder, G. (2016), "Here is what growth hacking is not", available at: <http://bit.ly/2pb6SNJ> (accessed 18 January 2019)
4. Denning, S. (2015), "The future of Amazon, Apple, Facebook and Google", available at: <http://bit.ly/2tI1ozD> (accessed 16 January 2019)
5. Eurostat (2005), "Defining innovation", available at: <https://bit.ly/2KZqG0D> (accessed 15 January 2019)
6. Forbes Global 2000 (2013), "5 Ways to win at gamification technology", available at: <https://bit.ly/2JqIO2V> (accessed 16 January 2019)
7. Haden, J. (2017), "21 Side-projects that became million-dollar startups", available at: <https://bit.ly/2AMtA2Z> (accessed 15 January 2019)
8. Henry, A. (2014), "Get better at getting better: The Kaizen productivity Philosophy", available at: <http://bit.ly/2BMOBM6> (accessed 15 January 2019)
9. Huotari, K. and Hamari, J. (2012), "Defining gamification - A service marketing perspective", *Proceedings of the 16th International Academic MindTrek Conference*, Tampere, Finland, pp.3-5
10. Kim, M. Cheeyong, K. (2015), "Augmented reality fashion apparel simulation using a magic mirror", *International Journal of Smart Home*, Vol.9 No. 2 pp. 169-178
11. Lee, K. (2015), "Get to know re-marketing, TOFU, and more", available at: <http://bit.ly/1NHjOms> (accessed 12 January 2019)
12. McLaughlin, J. (2014), "9 iconic growth hacks tech companies used to boost their user bases", available at: <http://bit.ly/2k6qPnl> (accessed 18 January 2019)
13. Miller, P. (2017), "Interview with the founder of Snappa.io, Christopher Gimmer", available at: <https://bit.ly/2OYr2Kt> (accessed 18 January 2019)
14. Patel, S. (2017), "6 Effective uses for chatbots in marketing", available at: <http://bit.ly/2FEUf4s>

(accessed 17 January 2019)

15. Roy, R. (2016), "The power of gamification as a marketing strategy", available at: <http://bit.ly/2lSTlrx> (accessed 11 January 2019)
16. Sinicki, A. (2017), "AR vs VR: What's the difference?", available at: <http://bit.ly/2FxpaUi> (accessed 13 January 2019)
17. Toner, L. (2015), "An introduction to growth hacking brand awareness", Hubspot, Cambridge
18. Wong, J.C. (2016) "What is a chat bot, and should I be using one?", available at: <http://bit.ly/1oBC5qI> (accessed 13 January 2019)

TEACHING BUSINESS ENGLISH IN HIGHER EDUCATION CONTEXT

UDC: 378.3.091.3:811.111'243]:658

Reviews

Marija Dragovic MA*European University Republic of Macedonia*

Abstract

Teaching English for Specific Purposes in a university setting carries numerous challenges. It aims to equip students with the necessary speaking and writing skills for their respective profession. The present paper looks at specific areas that may pose a challenge during the language and writing acquisition for students of Business English at an undergraduate level.

Keywords: *English language, ESP, Business English, business writing, undergraduate education.*

1. English for Specific Purposes: definition and scope

The field of English for Specific Purposes (ESP) has a growing importance in recent history, with an accent in non-English speaking countries. ESP has become central to the teaching of English in university contexts and there can be little doubt of its success as an approach to understanding language use. It addresses the communicative needs and practices of specific professions and occupational groups. Its focus lies upon practical research and applicative language education. It aims to help learners adjust in various professional and social contexts and use adequate vocabulary, adopt writing guidelines, familiarize themselves with the field-specific rhetoric, and learn how to respond to demands placed by academic or workplace contexts on communicative behaviours. As Hyland puts it, "ESP is, fundamentally, research-based language education: a pedagogy for learners with identifiable professional, academic, and occupational communicative needs."¹

As the very need for ESP arose from the professional contexts English learners found themselves in, there is an obvious relationship between the didactic process and the professional context it addresses. ESP necessarily works in tandem with the specialist fields it seeks to describe, explain, and teach, bringing an expertise in communicative practices to the subject specific skills and knowledge of those working in particular target areas.² Thus, the knowledge ESP learners bring from their specialist fields becomes a prerequisite in the ESP classroom. All language acquisition is profession-centred and driven by this very context. On the other end, the ESP teacher needs to get acquainted with the specific area so as to keep up with the level of practical knowledge students bring in the classroom.

¹ Hyland, Ken, *English or Specific Purposes*, p.386

² Hyland, Ken, *English or Specific Purposes*, p.387

In fact, the needs of learners are related to how, what, and why learners learn. More recent studies have shown that the needs analysis approach became crucial to ESP teaching. ESP must involve teaching the literacy skills which are appropriate to the purposes and understandings of particular academic and professional communities.

2. Business English as ESP

Teaching Business English involves teaching English to adults working in businesses of one kind or another, or preparing to work in the field of business.³ Unlike general English for foreign learners which has plenty in common with ESP, Business English has very specific aims which will always relate to the student's work or, in our case, academic context. From developing generalized business skills, such as giving presentations, or more technical knowledge, such as area-specific vocabulary acquisition, Business English responds to the needs of students closely related to the world of economy, marketing, management, and business affairs in general. Business English is the usage of the language for special purposes, as a communicative medium to conduct business functions. Communication in the workplace is, however, not restricted to a single linguistic system but a whole range of processes and media that supplement or complement each other to carry forward the desired business function.⁴

3. Challenges in teaching Business English

When Business English is taught to undergraduate students a set of challenges arise. Even though Business English is usually part of the curriculum of undergraduate schools of economics, finance, marketing, management, MBA and similar, students rarely have professional background in the respective field. Most students are just starting to get acquainted with the chosen area of study. A very small number may have started their undergraduate studies after having accumulated some work experience. Thus the challenge teachers usually face is adjusting the lectures to the subject-specific knowledge level of the audience. This often includes introducing some topics for the first time, long before students learn about them in the respective module, solely with the purpose to help students absorb the relevant vocabulary.

Another challenge closely related to the writing segment of language acquisition is understanding the needs, rules, and escalation path of written correspondence in a business context, which brings us to the very scope of this paper. One of the main applications of knowledge acquired in a Business English course is business writing. Business English is a communicative competence that needs to be understood in the context of the workplace, and therefore focuses heavily on business written communication. Historically speaking, every business transaction has been accompanied by a written document holding all relevant information about the transaction.

³ Sylvie Donna, Teach Business English, Cambridge Handbooks for Language Teachers, Cambridge University Press p.2

⁴ Soumitra Kumar Choudhury, *Business English Textbook*, Department of English Delhi, Person Education India, p. 11.

Likewise, all communication regarding business matters was done in writing and distributed via different means, such as post, fax, internet, telephone, and similar. Choudhury et al argue that it should be remembered that written communication is not oral communication written down. Its importance lies primarily in its great ability to organize our knowledge and document it for future reference.⁵ Regardless of the medium used, business correspondence follows somewhat standardized writing guidelines.

Nonetheless, when presented with a case study, students without prior professional experience find it more difficult to grasp the purpose of written correspondence. Let's look at the necessity of an escalation path, for instance, in a case of complaint scenario. A business letter that demands action by the recipient due to failure to meet a specified deadline, or maintain contractual obligations, follows a three-step escalation route: reminder, warning to take legal action, and formal notice of legal action. The writing technique and vocabulary/phraseology used in this particular context is crucial for a successfully transmitted message, especially if action is required by the recipient party. The teacher's role in this case is twofold: educate students both about how such business negotiations are done, and what this may sound like in English.

It is clear that a case study methodology may be the most appropriate for audience with no professional work experience. However, should there be more experienced students in the group, their background can be very useful to drive the dynamics of the peers. As ESP is predominantly a research-based language education, any insight from field practitioners is highly valued by the group and the educator.

Another challenge of any ESP academic course, including Business English, is the level of language competence of each learner in the group. Students often come with a varied English proficiency which can hurdle the learning process. Educators are often obliged to accommodate the curriculum to a mixed group of students so as to manage the teaching process. This may create frustration and dissatisfaction among students. Unfortunately, limiting this challenge is very difficult. Some universities have opted to offer Business English as an elective subject, but this too doesn't guarantee a balanced English proficiency of the audience.

Conclusion

Business English remains a crucial skill for all professionals-to-be studying at an undergraduate level. Teachers are often faced with many challenges, such as varied professional background and language proficiency of the audience, and equipping students with the necessary writing skills. It is necessary to find new creative ways to lessen the language acquisition process.

⁵ Soumitra Kumar Choudhury, *Business English Textbook*, Department of English Delhi, Person Education India, p. 17.

Bibliography

1. Hyland, Ken, *English for Specific Purposes, International Handbook of English Language Teaching*, https://www.researchgate.net/publication/321620171_International_Handbook_of_English_Language_Teaching
2. Sylvie Donna, *Teach Business English*, Cambridge Handbooks for Language Teachers, Cambridge University Press, 2000.
3. Soumitra Kumar Choudhury, *Business English Textbook, Department of English Delhi*, Person Education India, 2011.
4. Dudley-Evans, T., & St. John, M.-J. *Developments in English for specific purposes*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

СОЦИЈАЛНИТЕ ИНОВАЦИИ ВО ФУНКЦИЈА НА НАМАЛУВАЊЕ НА МЛАДИНСКАТА НЕВРАБОТЕНОСТ

UDC: 331.57-053.81:316.422(497.7)

Прегледен труд

Проф. д-р Моника Марковска¹, Проф. д-р Божидар Миленковски¹, д-р Сашо Додовски²

¹Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Факултет за информатички и комуникациски технологии -
Битола, Р. Македонија

²Младински културен центар – Битола

Апстракт

Социјалните иновации заземаат централно место не само како нови начини да се идентификуваат социјалните исходи туку како шанса да се одговори на различните социјални и економски предизвици со кои се соочуваат општествата. Социјалните иновации промовираат социјални промени во економијата и општеството и играат значајна улога во развојот на социјалната економија. Во тој контекст, релевантноста на овој труд лежи во поттикнувањето и поддршка на социјалните иновации, каде што се наметнува потребата од охрабрување на синергијата меѓу јавниот, приватниот и граѓанскиот сектор во Р Македонија. Целта на овој труд е да ја истакне потребата од унапредување на системската поддршка на социјалните иновации за намалување на младинската невработеност во Р Македонија преку обединување на напорите на сите засегнати страни.

Клучни зборови: социјално претприемништво, социјални иновации, процес на социјални иновации, стратегии за социјални иновации, младинска невработеност

SOCIAL INNOVATIONS IN A ROLE OF THE REDUCING YOUTH UNEMPLOYMENT

Abstract

Social innovation takes a central place, not only as new ways to identify social outcomes, but as a chance to respond to the different social and economic challenges that societies face. Social innovations promote social change in the economy and society and play a significant role in the development of the social economy. In this context, the relevance of this paper lies in the encouragement and support of social innovations, where the need for encouraging synergies between the public, private and civil sector in the Republic Macedonia is imposed. The aim of this paper is to emphasize the need to improve the systemic support of social innovations to reduce youth unemployment in the Republic of Macedonia by uniting the efforts of all stakeholders.

Key words: *social entrepreneurship, social innovation, process of social innovation, strategies for social innovation, youth unemployment.*

1. Концептуална рамка на социјалните иновации

Социјалните иновации треба да се препознаат како посебен начин на дејствување и социјални промени. Следните дефиниции ги истакнуваат основните карактеристики на социјалните иновации:¹ Wolfgang Zapf, претставува еден од првите автори кој започнал со концептот и типологијата на социјалните иновации. Според него, социјалните иновации претставуваат нови начини за постигнување на социјалните цели, особено преку нови организациски форми, нови регулативи и нови начини на живеење кои би покренале социјални промени и би ги решиле проблемите подобро отколку старите решенија, па затоа овие нови решенија вреди да се практикуваат и институционализираат. Една од дефинициите на Phills, Kriss and Deiglmeir е дека: „социјалните иновации претставуваат нови солүции и/или постојни солүции за решавање на социјалните проблеми што се ефикасни, ефективни и одржливи, кои примарно се фокусирани да дадат бенефиции за општеството“. Caulier- Grice et al. истакнуваат пет суштински елементи кои ги дефинираат социјалните иновации и тоа:² степен на новост, од идеја до имплементација, ги идентификуваат социјалните потреби, ефективност и зголемување на способноста на општеството да дејствува. Социјалните иновации се нови идеи кои ги задоволуваат социјалните потреби, создаваат општествени односи и формираат нови соработки. Овие иновации можат да бидат производи, услуги или модели за поефективно справување со незадоволените потреби. Во процесот на социјални иновации се идентификувани шест фази преку кои идеите се реализираат од почеток па сè до крајното влијание. Овие фази не се секогаш секвенцијални (во одредени случаи постои прескокнување), и помеѓу нив постојат повратни информации. Основните фази во процесот на социјални иновации се:³ прашања, инспирации и дијагнози, предлози и идеи, прототипови, одржливост, скалирање и дифузија и системска промена.

2. Актуелна состојба на младинска невработеност во Р Македонија

Инклузивноста за одредени групи од популацијата, како што се младите, и понатаму останува голем предизвик за земјата. Високото учество на младите лица во категоријата невработени лица значи висок ризик од нивна социјална исклученост. Како последица на младинската невработеност, постојат докази за младинска обесхрабреност која се појавува во форма на иселување во странство, социјална исклученост, маргинализација или преземање на нелегални активности. Невработеноста во Република

¹European Commision: Social Innovation research in the European Union, Approaches, findings and future directions, Policy Review. European Union, 2013, 10

² Идентично на забелешка 1, 6

³MurrayR., Caulier-Grice J., Mulgan G.: *The Open Book of Social Innovation*. NESTA: The Young Foundation. 2010.

Македонија не ги одминува ниту високообразованите млади луѓе. Тие млади луѓе се соочуваат со губење на стекнатото знаење (застареност на стекнатите знаења), губење на професионалните вештини и работните способности. Според проекциите на Меѓународната организација на трудот (International Labor Organization, ILO), стапката на младинска невработеност во Република Македонија за 2017 година изнесува 46,95%.⁴ Имајќи го предвид фактот дека еден од сериозните проблеми е младинската невработеност, се поставува прашањето каков е трендот на младинска невработеност во Р Македонија? Стапката на младинската невработеност генерално е висока (табела 1).

Табела 1: Стапка на невработеност на населението на возраст од 15 години и повеќе, според полот и возраста, 2017

Возраст	2017 година		
	вкупно	мажи	жени
15-19	58,0	59,3	54,9
20-24	44,6	42,9	47,6
25-29	33,9	31,3	37,7

Извор: МАКстат база на податоци на Државен заводот за статистика на Република Македонија, 20

Невработеноста на младите е повеќе од двојно поголема од општата стапка на невработеност, која во 2017 година изнесува 22,4% или според возрасни групи: од 15 до 19 години изнесува 58%, од 20 до 24 години изнесува 44,6% и од 25 до 29 години изнесува 33,9%.⁵ Во тој контекст се разгледуваат можности од користење на социјални иновации во форма на социјални претпријатија со кои би се подобрил пристапот до пазарот на труд, би се поттикнало самовработувањето и активирањето на пазарот на труд, посебно на младите невработени лица.

3. Модел на социјални иновации

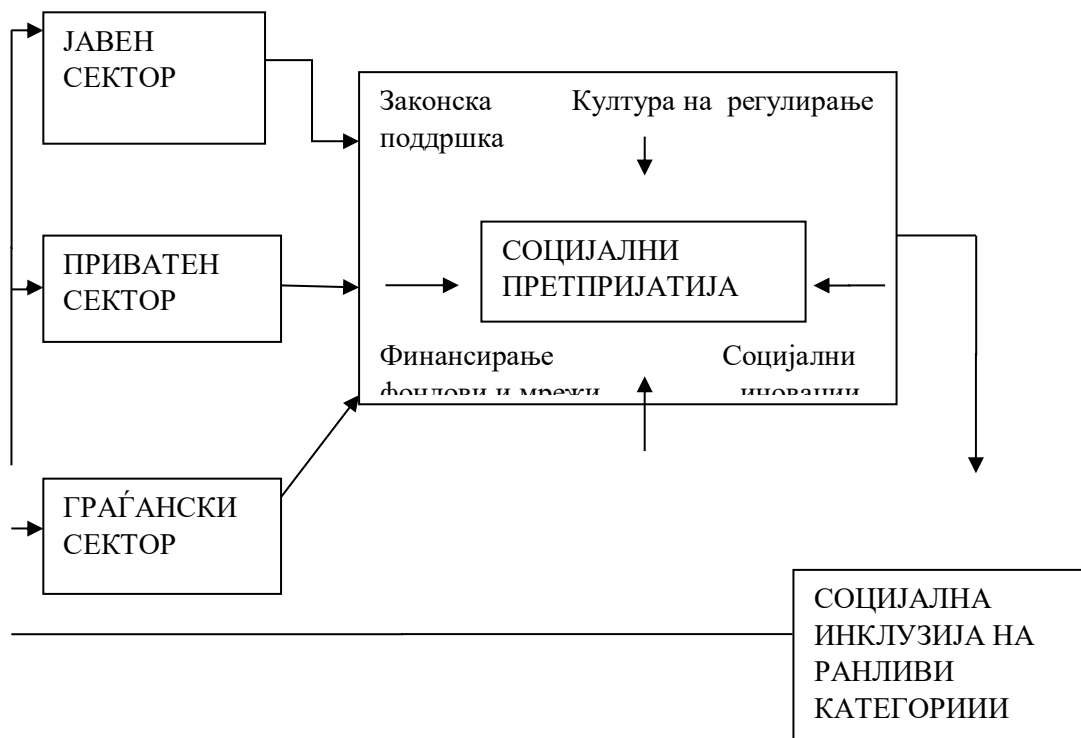
Социјалното претприемништво се однесува на развој на решенија за комплексните проблеми, кои вклучуваат различни сектори. Една од предностите на социјалното претприемништво е тоа што процесот е меѓусекторски. Во Р Македонија се наметнува потребата од дефинирање на модел и методологија за развој и поддршка на социјалното претприемништво и дефинирање на улогата на социјалните иновации како основен инструмент за развој и поттикнување на социјалното претприемништво. Тоа претставува „рамка, еко-систем, политики и активности за поддршка на социјалното претприемништво и социјалните иновации“ со цел намалување на младинската невработеност во Р Македонија. Важно е да се напомни

⁴<https://www.statista.com/statistics/812208/youth-unemployment-rate-in-macedonia>.(20 Jan. 2019)

⁵<http://makstat.stat.gov.mk/PXWeb/pxweb/mk/MakStat>(20 Jan. 2019)

дека работењето на социјалната инклузија на ранливите категории од аспект на вработувањето претставува клучна карактеристика и фокус во Р Македонија. Во тој контекст, може да се забележат бројни иницијативи. Таквите иницијативи не се доволно и бараат системско-процесен пристап и поддршка од јавниот, приватниот и граѓанскиот сектор (слика 1). Моделот исто така треба да промовира култура ориентирана кон социјални иновации и поддршка на социјалното претприемништво и фокус кон неколку главни области како финансирање, време, ресурси, знаење и вештини. Овој модел само по себе нема да биде доволен за да обезбедува континуирано социјално влијание, па затоа се наметнува потребата од зајакнување на капацитетите на социјалните претпријатија. Социјалните претпријатија треба да се препознаваат како основен механизам за економски и социјален развој и претставуваат облик на организирање

Слика 1: Модел за поддршка и развој на социјалното претприемништво во Р Македонија



Сликата 1. укажува на значењето на создавање на стратегиско партнерство со пазарот на труд. Ваквото партнерство ќе создаде широка мрежа на можности и иницијативи што ќе ги поддржуваат социјалното претприемништво и социјалните иновации во намалувањето на младинската невработеност. Основните цели на предложениот модел се: промоција и поддршка на вработувањето и претприемништвото кај младите, согласно владините програми, подобрување на еко-системот на социјалните претпријатија и социјална инклузија на ранливите категории во вработувањето и општеството. Социјалното претпријатие претставува хибрид е воден од две цврсти сили. Првата, природата на посакуваната социјална промена често резултира од иновативните, претприемачки солүции. Втората, одржливоста на организацијата и

нејзините услуги бараат диверзификација на изворите на финансирање, често вклучувајќи ги заработените приходи.⁶

Заклучок

Предложениот модел е во функција на подобрување на социо-економскиот статус на ранливите категории. Успехот на имплементацијата на овој модел зависи од повеќе фактори меѓу кои се: постојниот систем на вредности и системот на поддршка на општеството. Важна улога играат и државата, локалната заедница, мрежата на поддршка и работодавачите. Станува збор за структурирана поддршка на социјалните претпријатија како двигатели и генератори на социјалните иновации. Хибридите се разликуваат од профитните и непрофитните организации бидејќи нивната примарна мотивација е да ги применуваат бизнис и пазарните сили како алатки за да ги решат најголемите светски проблеми. Еден од оптималните пристапи со цел да се постигнат социјални промени е хибридниот пристап - комбинацијата на непрофитните организации и профитните бизниси. Овие хибридни модели се нарекуваат „трет сектор“, „социјална економија“.

Користена литература

1. European Commission: Social Innovation research in the European Union, Approaches, findings and future directions, Policy Review. European Union, 2013, 10
2. MurrayR., Caulier-Grice J., Mulgan G.: The Open Book of Social Innovation. NESTA: The Young Foundation. 2010. Tom Reis: Unleashing New Resources and Entrepreneurship for the Common Good: A Scan, Synthesis and Scenario for Action. W.K.Kellogg Foundation: January. 1999
3. <https://www.statista.com/statistics/812208/youth-unemployment-rate-in-macedonia>. (20 Jan. 2019)
4. <http://makstat.stat.gov.mk/PXWeb/pxweb/mk/MakStat>(20 Jan. 2019)

⁶Tom Reis: Unleashing New Resources and Entrepreneurship for the Common Good: A Scan, Synthesis and Scenario for Action. W.K.Kellogg Foundation: January. 1999.

AUTHENTICATION METHODS AND BIOMETRICS: CURRENT TRENDS

UDC: 004.932'1:572.5.087.1

Reviews

Zoran Gacovski, PhD; Stefan Jakimovski*European University - Skopje, Macedonia*

Abstract

This paper covers different biometric technologies as a way to enable user's authentication. IT security experts use biometrics as a technology for measuring and analysing human body characteristics for authentication purposes.

The paper elaborates on: fingerprint scanning, hand geometry, head recognition, eye scanning (iris and retina scanning), speaker recognition, signature recognition and other techniques.

Keywords: *Authentication methods, biometric technologies, biometric applications.*

1. Authentication basics

The authentication is a process of confirming one's identity. By making the user to tell the secret that only the registered user should know, the user proves his identity. Authentication is used to verify a user's identity, to control access to the resources, to prevent unauthorized users to access the system, and to store system logs about user activities.

There are two basic modes of authentication:

- **Verification:** tries to answer the question "Is the claimant the person who he or she claims to be?" The user claims an identity and the system verifies his/her identity by comparing the biometric information rendered by the user with a reference for the claimed identity stored in the system (for example, in a smartcard). It is a one-to-one comparison.
- **Identification:** tries to answer the following question: "Is the claimant an enrolled user and who is he/she?" The user simply provides his/her biometric information and the system compares his/her biometric data with templates stored in the system database. It is a one-to-many comparison.

There are 3 basic authentication methods:

- Something we know (password, key sequence etc.);
- Something we have (token, smartcard etc.);
- Something we are (biometrics – fingerprints, eye scan etc.)

Token-based and knowledge-based identification objects do not rely on any inherent attribute of an individual to accomplish personal identification and therefore suffer from a number of disadvantages. Tokens can be lost,

stolen, forgotten, misplaced but also can voluntarily be given to an impostor. PIN and passwords can be forgotten, guessed, peeped at, and also be voluntarily disclosed to an impostor. Biometrics are inherently more reliable and do not suffer from these disadvantages. However, they do have other disadvantages.

2. Biometrics theory

When we talk about authentication methods based on the concept "something we are", we think about biometrics. Biometric authentication is a process of analyzing someone's physical characteristics, or behavioral aspects, in order to authenticate the person's identity. The well-known concept for biometrics is the use of fingerprints for personal identification. Our Ministry of Interior uses the fingerprints for personal identification and for checking purposes for many years.

The term biometrics is derived from the Greek words bio (= life) and metric (= to measure). Biometrics is the measurement and statistical analysis of biological data. In IT, biometrics refers to technologies for measuring and analysing human body characteristics for authentication purposes. Biometrics Consortium defines biometrics as – *automatically recognising a person using distinguishing traits*

An ideal identifier (the distinguishing traits) should possess the following properties:

- Universality: nearly all people in the target population should have the characteristic.
- Uniqueness: the characteristic of each individual should be unique, i.e. the biometric feature of each individual in the population should be different from that of every other individual.
- Stability: the characteristic should neither change with time nor allow alteration.

Any physiological or behavioral characteristic having these properties can be used for personal identification. However, for the purpose of automatic personal identification, the biometric feature should have one more property:

- Collectability: it should be possible to measure the characteristic quantitatively.

There are yet some other issues to be considered when a biometric system is being developed:

- Performance: achievable identification accuracy, speed, memory requirements.
- Acceptability: the extent to which people are willing to accept a particular biometric system in their daily lives.
- Forge resistance: how easy it is to fool the biometric system by fraudulent methods.

The biometric authentication can be consider in the following 2 categories:

- Physical characteristics recognition – PCR, which is based on some physical feature, such as fingerprint, eye-scan, or facial geometry for identification and authentication.
- Behavioral characteristic recognition - BCR, which is based on some dynamic characteristics, such as keyboard typing, writing, or hand signature.

In practice, PCR is more frequently applied than BCR.

Common biometric technologies are:

- Fingerprint biometrics – fingerprint recognition
- Eye biometrics – iris and retinal scanning
- Face biometrics – face recognition using visible or infrared light (called facial thermography)
- Hand geometry biometrics – also finger geometry
- Signature biometrics – signature recognition
- Voice biometrics – speaker recognition

Other – less common used biometric technologies are:

- Vein recognition: vein pattern of the back of the hand.
- Keystroke dynamics: rhythm patterns such as time between keystrokes, hold times, finger placement, and applied pressure on the keys.
- Palmprint: third approach to hand identification.
- gait recognition: people are recognized by the way they walk
- Body odour measurement: automated methods for odour measurements are required in industrial processes and other applications.
- Ear shape: possesses the property required from a biometric identifier.
- DNA recognition: used for authentication in criminal cases.

3. Biometric System Architecture

All biometric systems achieve automatic personal identification by comparing the biometric feature presented by a user with the stored feature of the claimed user. Regardless of the biometric feature being used, the biometric basic system architecture consists of the following logical modules (Fig. 1):

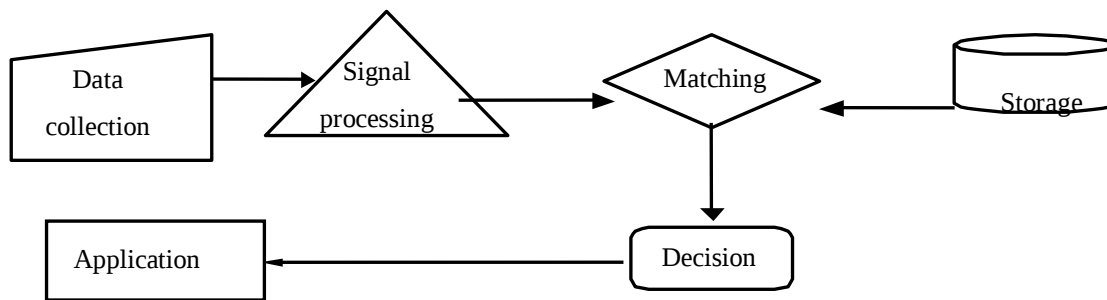
- Data acquisition: captures the biometric data presented by the individual.
- Feature extraction: signal processing module that extracts and codes the distinguishing features from the biometric data.
- Matching: makes a statistical comparison between the extracted features and the reference data stored in the system.
- Storage: maintains the reference templates of the enrolled users.
- Decision: interprets the result from the matching module.

This model for a system architecture helps us to analyze the use of biometrics. However, there may be some systems where several of these components are integrated into one unit or are not even present (for example, some systems use raw biometric data for comparison and do not have the feature extraction module).

The data acquisition module contains the input device or sensor that reads the biometric information from the user. It is the link between the physical domain and the logical domain. It is an interface between man and machine. In order to recognise a user successfully, the sampled biometric characteristic must be similar to the user's reference template to which it is compared. This imposes requirements on the data collection sensor, and

may impose training requirements for the users. All sensors in a given system must be similar enough that a feature collected by one sensor will closely match the same feature collected at other sensors – and also that collected during enrolment – so that the user can be recognized at any location. Depending on the biometric technology being used, environmental conditions such as lighting, background noise, weather, can impact on the performance of the data acquisition module.

Fig. 1. Biometric System Architecture.



The feature extraction module (signal processing) receives the raw biometric data from the data acquisition module and extracts the distinguishing features from the raw data, transforming it into the form required for storage and matching. Even for the same biometric characteristic, there are various ways of extracting the distinguishing features. These are often proprietary. This module may perform a quality analysis of the raw data to determine if it is satisfactory for use. If the data fails the quality test, the user may need to supply the biometric characteristic again. The raw biometric data may be pre-processed prior to the feature extraction to remove noise or to be normalised in some way. Typically, it is not possible to reconstruct the raw data from the extracted features. Some biometric systems compare raw data, in which case this module is not required.

The matching module receives the processed data from the feature extraction system and compares it with the biometric template from the storage module. The matching module has a key role in the biometric architecture. The matching module measures the similarity of the claimant sample with a enrolled template. Each comparison yields a score, which is a numeric value indicating how closely the sample and the template match. There are different methods for computing the score and some typical examples are: distance metrics, probabilistic measures, and neural network-based methods.

The decision module receives a score from the matching module and, using a confidence value based on security risks and risk policy, interprets the result of the score. The decision module usually returns a binary yes or no. In the most common case, the decision is based on a single threshold. If the **score** is above the threshold, the module concludes that the user is indeed the individual owing the template. If not, the module indicates the user is not that individual. In more complicated cases, the decision is made based on more than one matches and a yes decision is taken if, for example, 2 out of 3 submitted samples match. Note that it is possible that a legitimate claimant is rejected by the biometric system due to the very nature of the biometric data. The data acquisition

module does not collect exactly the same biometric information at every attempt to use the system and so it is possible that a legitimate user is rejected or an impostor is admitted by the biometric system.

The storage module maintains the reference templates for enrolled (registered) users. It may contain a single template for each user or thousands of templates depending on the system architecture or intended use. The template may be physically stored in physically protected storage within the biometrics device, a conventional database on a computer, or in a portable token such as a smartcard. Collateral information, such as name, identification number, etc., binding the owner to his/her reference template may also be stored together with the reference template.

Enrolment is the process of collecting biometric samples from a user and subsequent processing and storing of their biometric reference in the system database or portable token. It is advisable for users to be enrolled at an authorised enrolment site - There must be verification that the reference template being recorded is that of the actual user. Collateral material binding the enrollee to their biometric template should be generated. It is also necessary to ensure that the recorded biometric template is able to properly verify the enrollee's identity. A live matching of the enrollee's reference template should be made before the template is stored in the system. There are other considerations regarding the enrolment procedure. It should be ensured that the person performing the enrolment – the enroller – has the proper permission to access the enrolment functions, e.g. access control, command authentication, etc. It is also advisable to check if the enrollee has already been registered with the system and/or if a different enrolled user has a biometric template matching the current enrollee's.

Possible decision outcomes from the biometric system:

- A genuine individual is accepted
- A genuine individual is rejected (error)
- An impostor is rejected
- An impostor is accepted (error)

The matching module rates the similarity between the collected biometric data and the reference template. If the match **score** is above a pre-defined value, the claimant is accepted. If it is below, the claimant is rejected. Biometric systems can therefore generate two types of errors:

- **Type I error:** where the system fails to identify (rejects) a valid user ('false non-match' or 'false rejection') = FR error,
- **Type II error:** where the system accepts an impostor ('false match' or 'false acceptance') = FA error.

The value of this pre-defined threshold is crucial to the performance of the system and depends on the security requirements of the application.

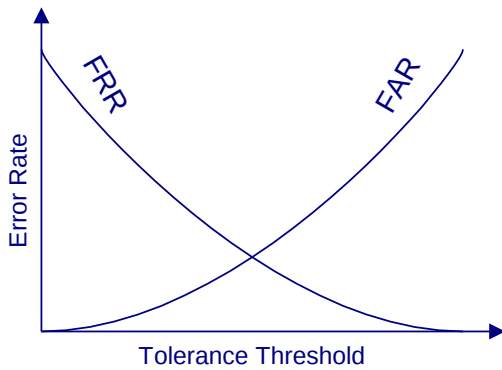
If the pre-defined **match score** threshold is **low**, more valid users are accepted (false non-match rate is low) but more impostors are accepted (false acceptance rate is high) => High **tolerance** threshold.

On the other hand, if the pre-defined **match score** threshold is relatively **high**, more valid users are rejected (false non-match rate is high) but less impostors are accepted (false match rate is low) => Low **tolerance** threshold.

There is a trade-off between these two types of errors that depends on the security requirements of the application (Fig. 2).

The equal error rate is defined when the tolerance threshold is such that the false non-match rate is equal to the false match rate. It is usually used as a criterion to compare different biometric systems. The actual tolerance threshold is determined by the needs of the given application.

Fig. 2. Error curves of biometric authentication methods.



The equal error rate ($FRR=FAR$) is defined when the tolerance threshold is such that the false non-match rate is equal to the false match rate. It is usually used as a criterion to compare different biometric systems. The actual tolerance threshold is determined by the needs of the given application.

4. Biometric technologies

Fingerprint recognition

Basic steps describing fingerprint authentication:

- Image acquisition: sensor.
- Noise reduction: noise occurs due to dirty, dry, cut, and wet finger tips. Filters are used to eliminate noise and enhance the ridges.
- Image enhancement: Binarisation (transformation of grey-scale images in binary images) and thinning (reduction of the width of the ridges to a single pixel).
- Feature extraction: detection of termination points of the lines and ridge bifurcation.
- Matching: comparison between the extracted features and a previously stored biometrics template analyzing the neighboring relationship of the minutiae.

Advantages of fingerprint technology:

- Mature technology
- Easy to use/non-intrusive
- High accuracy (comparable to PIN authentication)
- Long-term stability

- Ability to enrol multiple fingers
- Comparatively low cost

Disadvantages of fingerprint technology:

- Inability to enrol some users
- Affected by skin condition
- Sensor may get dirty
- Association with forensic applications

Hand geometry reading

Hand geometry has been used for physical access control over two decades. Hand geometry systems use two cameras to capture two different images, one from the top and one from the side, and determine the dimensions and shape of the hand, fingers, and knuckles and their relative position. A related biometric technique is finger geometry, which uses features only from a few fingers as opposed to the entire hand.

Advantages of hand geometry technology:

- Mature technology
- Non-intrusive
- High user acceptance
- No negative associations

Disadvantages of hand geometry technology:

- Low accuracy
- High cost
- Relatively large readers
- Difficult to use for some users (children, arthritis, missing fingers or large hands)

Eye scanning (Iris and Retina scan)

Iris is the coloured portion of the eye surrounding the pupil – trabecular meshwork. Complex iris pattern is used for authentication. After the iris scan is processed so as to extract its distinguishing features (in the feature extraction module), an iris code is generated which consists of 256 bytes viewed as a two-dimensional barcode. This algorithm was developed by John Daugman at Cambridge University. Iris recognition has very low error rates and is the most accurate biometric in use today. Both processing and storage requirements are low, making it a most suitable technique for practical applications. To prevent fraud, both the pupils' oscillations and the reflections of the moist cornea of the living eye are monitored to ensure that a living eye is present before the scanner (camera).

The retinal vascular pattern is highly distinctive so it is regarded as an accurate biometric measure. It is genetically independent, e.g. two identical twins have different retinal patterns. It is an internal organ of the eye therefore is highly protected and not affected by environmental conditions.

Advantages of eye scanning technology:

- Potential for high accuracy
- Resistance to impostors

- Long term stability
- Fast processing

Disadvantages of eye scanning technology:

- Intrusive technology
- Some people think the state of health can be detected
- High cost

Face recognition

Personal identification by facial image can be done in a number of different ways. Images can be collected in the visible spectrum using an inexpensive camera or using infrared to capture facial heat emission (thermo-grams). Depending on the sophistication of the system, some applications may require a stationary user in order to capture the image while others may use motion image. The major advantage of facial identification is the fact that it is non-invasive, hands-free, and therefore widely accepted (and it is also how we usually recognize others – looking at their faces). However this biometric technique has questionable discriminatory capability and is generally not recommended for application with high security requirements.

Face recognition typically uses an inexpensive digital camera to capture the facial image. The feature of the face is then extracted using one of several approaches. The most common are principal components features and local feature extraction. Principal components analysis models a particular face as a weighted combination of predefined “basis” faces. Local feature analysis locates the many facial features, such as nose, mouth, eyes, etc., and assesses their own geometry and their relative position. This technique is highly affected by pose, expression, hairstyle, make-up, lighting, eyeglasses, facial hair, and is therefore not a reliable biometric measure.

Advantages: Non-intrusive, low-cost, can operate covertly.

Disadvantages:

- Affected by appearance and environment
- Low accuracy
- Identical twins attack
- Potential for privacy abuse

Signature recognition

Hand-written signatures are in very wide use; the traditional verification technique is based on the visual inspection of a written signature. The process of generating a signature becomes a ‘trained reflex’, which is not subject to conscious muscular control. Thus signature imitation is difficult, especially at normal writing speed (i.e. in ‘real time’); this explains why bank clerks often ask for documents to be signed while they are watching.

Automatic verification can either be based upon:

- signatures already produced, or
- observation of the actual signature process.

The second approach is more common, although the first approach has some relevance, for example for automatic cheque signature verification. However, the second approach offers greater security, since the first approach cannot detect copied or ‘traced’ signatures.

If the dynamics of the signature process can be used, i.e. as in the second approach, then forgery is clearly more difficult. A variety of dynamic signature characteristics can be used, including:

- the angle of the pen,
- pressure of the pen while signing,
- the time to complete the signature,
- velocity and/or acceleration of the pen,
- how often the pen is lifted from the page,
- the way the signature looks (geometry).

Advantages: Non-intrusive, low-cost, widely accepted.

Disadvantages:

- Signature inconsistencies
- Difficult to use
- Large templates (1K to 3K)
- Problem with trivial signatures

Speaker recognition

The speech signal carries both linguistic and speaker acoustic patterns. The linguistic patterns represent what is being said and the speaker patterns reflect both anatomy (size and shape of the throat and mouth) and learned behavioral patterns (voice pitch, speaking style). Speaker recognition requires heavy signal processing such as spectral analysis, periodicity, filtering, etc.

Speaker recognition systems can employ three types of spoken input:

- Text-dependent: uses a predetermined set of phrases for enrolment and identification. Most speaker verification applications use this mode of operation.
- Text-prompted: asks the user to repeat specific words, phrases, or numbers. It is used when there is a concern about taped recorded impostors.
- Text-independent: no fixed set of words, but free flowing speech. More difficult to accomplish than the other modes.

Advantages:

- Use of existing telephony infrastructure or simple microphones
- Easy to use/non-intrusive/hands free
- No negative association

Disadvantages:

- Pre-recorded attack
- Variability of the voice (ill or drunk)
- Affected by background noise
- Large template (5K to 10K)
- Low accuracy

5. Biometric Applications

Which biometric technology will we choose depends on the following factors:

Reliability: Some sensors are more vulnerable than others. I.e. active vs. passive biometric technology.

Security: The error rates of different biometric technologies vary a lot. For example, iris recognition systems have an error rate in the order of 1 in 1 million users, fingerprint recognition systems have an error rate in the order of 1 in 1000 to 1 in 10000 and speaker recognition systems or dynamic signature verification systems have an error rate in the order of 1 in 100.

Cost: Some biometric methods do not require specific sensor technology, for example speaker recognition, face recognition and keystroke dynamics, whereas others require sophisticated sensor technology. Hence, the costs vary a lot.

User acceptance: For example, retinal recognition systems have a very low user acceptance, whereas others, like dynamic signature verification, face recognition, and speaker recognition are widely accepted.

Life detection: Life detection is a very important feature of any biometric system. There are biometric technologies where life detection is not satisfactory (e.g. speaker recognition).

Users that are unsuitable: For every biometric technology, there is a small ratio of users for whom the biometric method does not work, e.g. fingerprint recognition cannot be used when a person has lost both arms.

Size of sensor: Fingerprint sensors are very small and can be incorporated even into small devices. Hand geometry readers, on the other, would not be suitable for e.g. mobile applications.

Fingerprint sensors

The often-used sensors by Delsy and Infineon are chip-based.

There are different technologies underlying chip-based fingerprint sensors, for example:

- Capacitive sensor
- E-Field sensor
- Direct-optical scanning

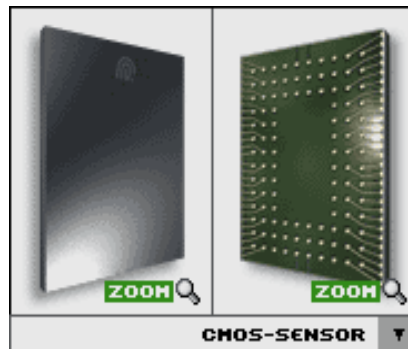
Capacitive or silicon fingerprint sensors represent the largest proportion of chip-based fingerprint sensors. When a finger contacts the sensor surface, the capacitance at each pixel in an approximately 300x300 array (depending on the manufacturer) is measured. Differences in the capacitance values across the array correspond to the ridges, valleys, and pores that characterise a unique fingerprint. The image of the fingerprint is then transformed into a digital signal and passed to the recognition algorithms.

The E-Field sensor technology was developed by AuthenTec [<http://www.authentec.com>]. According to AuthenTec, the technology has the ability to acquire fingerprints previously unreadable by other sensors. It reads the sub-surface of the skin, not being affected by skin surface issues, such as dry, worn, or dirty skin.

Direct-optical scanning (by DELSY [<http://www.delsy.de>]) facilitates the creation of a high quality image of the fingerprint without the use of lenses or mechanical parts. These sensors feature a robust fibre-optic faceplate that protects against vandalism.

Thermal sensors (for example, by Atmel Grenoble) image a user's finger in real-time through direct contact with the silicon sensor. No optics or light source is required as the finger's own heat produces all that is necessary to capture an image. A new method for imaging the entire finger is applied by sweeping it across the silicon sensor.

Fig. 3. Electro-optical sensor



[DELSY® CMOS sensor module]

Face recognition sensor

Sensors are standard off-the-shelf cameras. Therefore, the price of a face recognition system is determined solely by the software. This makes face recognition quite cost effective. Typical products are:

- TrueFace Engine: feedback for focussing the face on PC monitor.
- One-to-One™: feedback for focussing the face using mirrored camera.

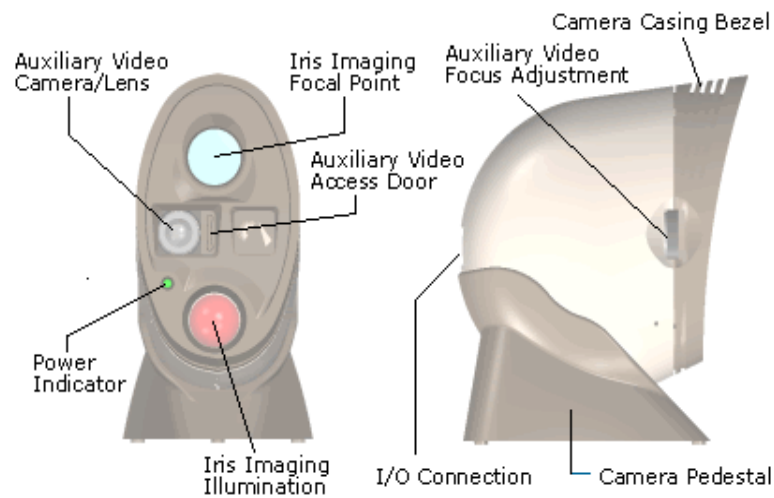
Fig. 4. Face recognition system



[TrueFace Engine by Miros]

Iris recognition system

Fig. 5. System for passive iris recognition by Sensor



Hand geometry reading

Fig. 6. Hand geometry reader by Recognition Systems



Conclusion

IT security experts use biometrics as a technology for measuring and analysing human body characteristics for authentication purposes. Biometric technology has a great potential. Since September 11th, biometric products are pushed forward.

There are many biometric products around, regarding the different biometric technologies. Shortcomings of biometric systems due to:

- Manufacturers ignorance of security concerns
- Lack of quality control
- Standardisation problems

Manufacturers and companies have to take security concerns seriously and to apply these technologies whenever possible.

References

1. ANSI X9.84-2003: Biometric Information Management and Security for the Financial Services Industry.
2. Jain et. al., Biometrics: Personal Identification in Networked Society, Kluwer Academic Publishers, 1998.
3. Nanavati et. al., Biometrics: Identity Verification in a Networked Society, Wiley, 2002.
4. Maltoni et. al., Handbook of Fingerprint Recognition, Springer, 2003.
5. Woodward et. al., Biometrics – Identity Assurance in the Information Age, McGraw-Hill 2003.
6. The Biometric Consortium: <http://www.biometrics.org/>
7. Thalheim et. al., Body Check, c't 11/2002, <http://www.heise.de/ct/english/02/11/114/>
8. T. Matsumoto et. al., Impact of Artificial Gummy Fingers on Fingerprint Systems, Proc. Of SPIE Vol. 4677, 2002.
9. Scheuermann, Schwiderski-Grosche, and Struif, Usability of Biometrics in Relation to Electronic Signatures, GMD Report 118, Nov 2000.

EVALUATION OF E-SERVICES AT THE LOCAL GOVERNMENT LEVEL (CITY OF SKOPJE)

UDC: 004.4.05:352.08(497.711)

Original scientific paper

Zoran Gacovski¹, Ilija Gjorgjiev²

¹ *European University, Faculty for Informatics, Skopje, Macedonia*

² *Ministry of Information Society, Skopje, Macedonia*

Abstract

E-services are standardized and centralized information portal which enables more effective way for sharing and access of information. This e-service portal provides better and easier access for the citizens and the companies to the services that are offered by the local and the state administration. In order to improve the quality of these e-services, it is necessary to monitor and evaluate e-services, to understand demand, assess the benefits to users of alternative proposals and evaluate the effectiveness of proposals in meeting their objectives. Evaluation is needed to argue the case for new projects and expenditures, to justify continuing with initiatives, to allocate additional IT funds, to assess progress towards programme goals and to understand impacts. The main aim of this paper is to investigate the citizen' perspective in evaluating local government services (city of Skopje), and present a set of evaluating factors that influence citizens' utilization of e-government services. These evaluation factors can serve as part of an e-government evaluation framework. Moreover, the evaluation factors can also be used as means of providing valuable feedback for the planning of future local government initiatives.

Keywords: *E-services, local government, software evaluation.*

Introduction

The governmental e-services provide a simple and efficient tool that citizens and businesses can use to access the services of the state and the local administration. At the same time - the e-service portal is an on-line interactive correspondence between the local administration and the citizens. Government investment on delivering e-government services is usually huge. Many developed and developing countries have put considerable financial resources, estimated to be greater than 1% of GDP, behind the development of e-government. To make such investments worthwhile, governments should have the ability to justify these investments, which typically requires evaluation.

Software evaluation is the process of establishing by quantitative and/or qualitative methods the worth or value of the information system. Considering the elements highlighted in this definition, and the fact that information system evaluation involves a large number of stakeholders, each with their own particular values and

objectives, the required evaluation framework should incorporate a number of elements which are closely interrelated and are determined in practice by the demands of the situation.

These elements are:

1. The subject: What is being evaluated?
2. The Process: How to get accurate results.
3. The method: What are the methodologies and tools used?
4. The stakeholders: Who are the key players?
5. The evaluation factors investigated: What are the key issues which should be considered for the evaluation?

On the other hand, the evaluation of e-government services, being an IS sub-area, has proven to be even more complex, as an accurate evaluation requires consideration of multiple perspectives of the stakeholders and the social and technical context of use. To overcome the complexity and difficulty of e-government evaluation, it is necessary to address and consider the main challenges for developing an evaluation framework for e-government systems. The first challenge in evaluating e-government is the investigation of various perspectives [2], which may not only require addressing and meeting the general needs of a target group such as citizens, but also require the inclusion of specific needs of the specific target groups of citizens that are using a particular e-government service, such as the unemployed, families, pensioners etc.

The second challenge in evaluating e-government is in identifying and quantifying benefits. In [4] the author stated that it is difficult to determine the precise benefits associated with e-government. In practice, as e-government initiatives are different in their goals and objectives, the benefits gained by these initiatives will be different as well, and the assessment of these benefits also vary according to the different perspectives of the stakeholders for the value of these benefits.

The third challenge in evaluating e-government services is the fact that in order for the evaluation to be proper, it should consider the social and technical context of use. This is a result of the opinion that information systems research and the e-government evaluation as a part of it, is as much a social science as an information systems science [11].

These evaluation factors can serve as part of e-government evaluation framework, and can also be used as means for providing valuable feedback for the planning of future e-government initiatives. For an evaluation to be useful, *results need to be available to decision makers at the right time*. When information on longer-term outcomes is not available in the requisite timeframe, alternative indicators should be used. Evaluation procedures should be realistic and focused on specific issues of value. All e-government evaluation will inevitably be a compromise between rigorous evaluation on the one hand and practical realities on the other. The *evaluation process should be unbiased and independent*, so that it can be used as a basis for revising e-government initiatives. It should also be non-threatening to participants. It should be general enough to apply to more than one agency, initiative or programme.

E-Government evaluations should be *based on a mixture of qualitative and quantitative indicators*. Qualitative indicators are useful because they may be better suited to some e-government benefits (such as improved quality of life) than quantitative indicators [5]. However, qualitative indicators may be difficult to use

when comparing projects and levels of success. Quantitative indicators are useful because they are more readily comparable and can be used to demonstrate concrete benefits. However, quantitative indicators are not always suited to e-government goals, and there is the danger of overvaluing their importance. As evaluation efforts become more advanced, there may be a greater reliance on qualitative measures. The evaluation process should take into account both *direct and indirect costs and benefits*. While indicators should be based on stated targets, they should also be flexible enough to take into account unexpected outcomes or be adapted for a later point in time. Finally, *e-government should be repeatedly evaluated* over time. The process should include pre-analysis, implementation analysis and post analysis.

We have applied all these recommendations in our evaluation of e-services at the local government level (city of Skopje). The structure of this paper is as follows: first we will describe the evaluation of e-services in EU countries. Then we will give an overview of the e-services that are offered by the Macedonian governmental institutions, and we'll proceed with the evaluation of e-services of the local government (Skopje); finally – conclusion remarks will be given.

1. Evaluation of e-services in eu countries

The most commonly used evaluation approaches are the traditional ones. They include return on investment (ROI), cost/benefit, payback period, and present worth. Using traditional approaches can be problematic in evaluating information systems investments in general and e-government investment in particular. The problems in these approaches include the limited definition of stakeholders, targeting only direct tangible costs and benefits, and they are based on accounting and financial instruments [7]. Serafeimidis and Smithson (2000) had also criticize the traditional approaches to information systems evaluation; they argue that traditional approaches are based on narrow technical and accounting terms, ignoring human and organizational components of information system users. Such evaluation approaches run the risk of not identifying all the hidden costs and intangible benefits generated from system users.

Another effort in evaluating e-government services with citizen-centric approach is Wang et al. (2005) model. They have developed a theory model for the evaluation of e-government services and an experiment to test the validity of that approach. The model was designed to evaluate the performance of an e-government system with a citizen centric approach. The model can also serve as a tool for understanding why e-government portals succeed or fail to help citizens find the information they required.

Another approach for evaluating e-government portals that takes into account the social and political context of the information and its value for citizens. They propose a model for evaluating the openness of e-government portals that they describe as a socio-technical toolkit.

The toolkit includes three parts:

1. Internal information characteristics.
2. Elements to capture the social and political context of the information.

3. Assumptions about the roles of citizens and government information.

Hence, the proposed evaluation factors are based on examining and critically analysing the current evaluations approaches. While each of these approaches is aiming to address a particular aspect of evaluation, there were only few evaluation studies which combined some of the tangible and intangible risks and benefits of e-government including the organizational, social, political, or cultural impact of the system.

Table 1 – Summary of the proposed evaluation factors.

Groups	Evaluation Factor	Factor Measuring	Measuring description
Technical issues	Performance	Efficiency of services	Measured by the time spent to complete the task, and satisfaction with outcome.
	Accessibility	Disability access & language translation	Is the system offering some form of disability access and language translation?
Economic issues	Cost saving	- Money saving - Time saving	How much money/ time the citizens are saving by using e-government services.
Social issues	Openness	Openness	The value of information in terms of amount, quality, and transparency
	Trust	Trust in government	Level of security in handling of information and protecting the privacy of citizens.
	Perceived ease of use and perceived usefulness	Perceived ease of use and perceived usefulness	Measured by the comprehensiveness and the features of the e-government system

Evaluating e-government programmes at the national level involves assembling data from a wide range of inputs, using consistent definitions and methodologies. Benchmarking sectors or national efforts with other sectors and programmes requires common approaches and definitions. It is much more difficult to measure e-government at the national level than to evaluate specific projects. Evaluation *requires a large degree of compatibility between data from different agencies*, but their data are rarely comparable. Current efforts to evaluate national policy have largely focused on the evaluation of online services. These studies tend to focus on: online service breadth (*e.g.* the number of services provided); online service span (*e.g.* the customer target group to which online services are delivered); online service depth (*e.g.* the complexity of the online services

provided); and to a lesser extent online service quality (*e.g.* the extent to which online services achieve their stated objectives).

In Finland, the Ministry of the Interior has made annual surveys of citizens' views on the delivery of electronic services by the public administration. The results have suggested that while citizens are familiar with services provided by their own municipality or local state authority, they have little awareness of other public-sector electronic services. These limited surveys indicate that Finns support the development of public e-service, but they do not reveal much about the level of citizen demand for e-government. As a part of building the national citizen portal, the Ministry of Finance carried out a user survey of 100 citizens and civil servants in 2000. The results showed that citizens recognised the need for a portal that could provide: i) information about public-sector organisations and their services; ii) advanced electronic services for which transactions are possible; and iii) feedback mechanisms on specific questions. For regional portals, the most commonly used services were public services. Even though the attitude towards these services was positive and they were frequently used, these services were also seen as the ones that needed the most development. The Chamber of Commerce and the Association of small and medium-sized enterprises have also conducted several surveys on companies' interest in electronic services.

In the United Kingdom, the Cabinet Office's Modernising Public Services Group set up the "People's Panel" to be better able to provide the services that people want. Citizens' panels had already been used in local government for many years, but this initiative was a world first at the national level. The panel is composed of 5 000 members and is representative of the UK population in terms of age, gender, region and a wide range of other demographic indicators. An additional 830 members were recruited from ethnic minorities to ensure that the sample of minority groups is large enough to be used for quantitative research. The government is using the People's Panel for many service delivery issues on a regular basis and has recommended that departments use it when starting and implementing e-government projects and programmes. For instance, in April and May 2000, the Cabinet Office's Performance and Innovation Unit (PIU) created six focus groups from the People's Panel to get a better understanding of people's attitudes towards electronic delivery of public services. The findings have been used by PIU in compiling their report on e-government, "Electronic Government Services for the 21 Century".

In Austria, the Government undertook an intermediate benefits review (IBR) of its government online programme. The goal was to provide an accurate summary of delivered and planned GOL benefits and funding. An independent consultant conducted the IBR in three phases over a 20-week period commencing 13 November 2000. Some 460 online government projects encompassing 155 programmes, 56 agencies and a sample of 274 citizens, as well as in-depth analysis of 26 individual case studies, were surveyed. At the time of the IBR, 46% of programmes were described as complete and 54% were still in progress. *Phase 1* involved surveying project data from agencies of the Public Service over a four-week period. As it was assumed that benefit tracking was not a core competency of all government agencies, the consultant hosted pre-survey briefing sessions to prepare the respondents for calculating expected benefits and cost savings. Agencies were asked to specify expected and delivered benefits of social worth ranging from nil to significant and agency worth in financial terms across a

range of bands. Finally, the agencies were asked to estimate the extent to which benefits had been realised and what risks might prevent the benefits from being realised. Agencies were asked to supply where possible or at least identify suitable metrics and baseline data for future time series analysis. When the survey ended, the consultant performed a quality-control analysis of the data before freezing the database. *Phase 2* involved surveying a sample of users of GOL services (citizens, businesses and departments) to confirm the benefits identified in phase 1 from a social perspective and identify unexpected benefits and gaps where benefits were not achieved. *Phase 3* concerned future funding recommendations. The benefits framework was built on the basis of GOL objectives, benefits estimations developed by the consultant and validation of data by opinion surveys of the population.

In Estonia [1], it was rational for the banks to cooperate with government because it allows reaping benefits from the Internet as a network good. Essentially, banks such as Hansapank (it was renamed Swedbank in 2008) became hubs in the network. Clients were able to access services of government agencies as well as other services provided by private sector with a few mouse clicks while being logged onto the online banking environment. Citizens accessing government agencies are directed to the websites of banks if it was necessary to identify his or her identity. It was rational for government agencies to rely on this solution and cooperation because it was efficient, secure, simple and kept costs minimal. In 2002 the government introduced electronic identification cards that can be used as identification method for online transactions. The ID-card is more secure and sophisticated substitute for cards with numerical codes used in the Internet banking. However, the ID-cards did not gain an immediately considerable following (E-User, 2005). The previous simple method of Internet banking remained the primary form of online identification. In recent years banks have actively supported the use of ID cards in Internet banking by lowering the amount of daily transactions that can be made by old Internet bank identification method and price discriminating in transaction fees. In addition to private sector, ID cards have become widely used by municipalities as a method for buying bus tickets. At the website www.pilet.ee people can purchase bus passes by using their ID card.

2. E-government services in Macedonia

The first steps of governmental e-involvement in Macedonia have origin from 2005 when the National strategy and the Action plan for ICT development were declared. The projects e-Budget, e-Cadastre and Interactive Macedonia (for obtaining transport licenses) started in 2007. The systems for e-Procurement and for e-Taxes were launched 2008. The online portal e-Services was launched in 2010.

The 20 official e-government services, defined by the European Commission, which are also applied in R. Macedonia, are given in the Table 2 (below). Twelve of them are related to citizens, and 8 – to the companies.

Fig. 1. E-services sophistication in R. Macedonia (2008)

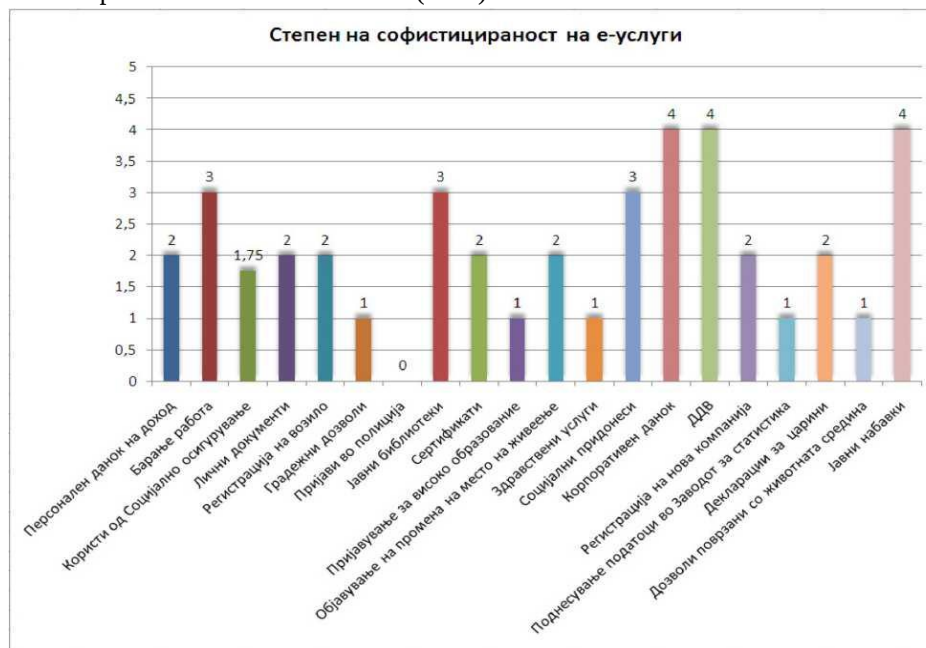


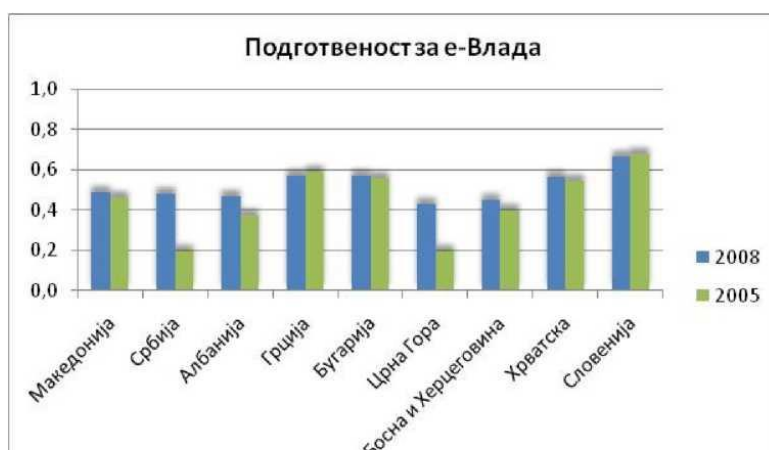
Table 2. E-services defined by the European Commission

Citizens		Companies	
1	Personal income tax	1	Social contributions
2	Job application	2	Corporate tax
3	Social security benefits	3	VAT
4	Personal documents (ID, passport)	4	Registration of a new business
5	Car registration	5	Data submission in the Statistics department
6	Building licenses	6	Customs declaration
7	Police issues	7	Environmental licenses
8	Public libraries	8	Public procurement
9	Certificates		
10	University enrolment		
11	Change of living place (home town)		
12	Health services		

Until 2007, the service sophistication was measured in the scale 0 to 4. In 2007 - 5th level is introduced, which describes the personalization of the services. The final value (grade) for each country is given in percent, which means 100% for the countries with the most sophisticated e-services. The grade for R. Macedonia in 2008 is 48.5%. For comparison, the average EU grade in 2008 is 76%.

The index – e-Government readiness is related to the application of information- communication technologies from the Government in order to fulfil the following goals: better communication with the citizens and the companies, enabling better access to the governmental services, delivering more information to the citizens, with the ultimate goal – more effective and more efficient government. This index is a complex measure and it's based on: web index, infrastructure index, human resources index and e-involvement index.

Fig. 2. E-government readiness in South-eastern Europe (2008)



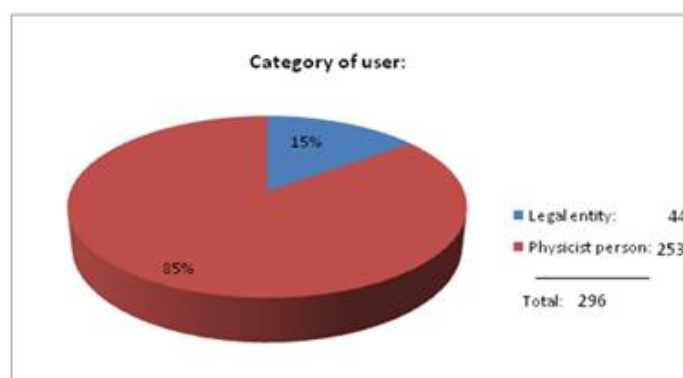
3. Evaluation of local e-services (city of Skopje)

The City of Skopje has performed an evaluation of its e-services on the same web portal where the services are offered. Here the users can give their opinion about the quality of particular e-services, and also for correction and improvement of the services offered. This user's feedback is then forwarded to the particular local Institution, in order to fulfil the users demand. By this manner – the communication is permanent and two-fold, so the users can contribute towards more efficient and more effective administration, and also for improvement of the e-services. In the ongoing poll – the city of Skopje has evaluated three types of processes:

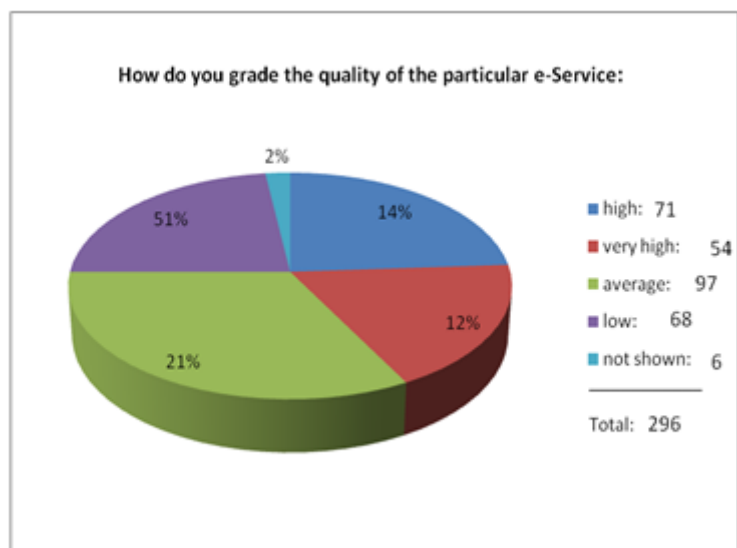
- Basic processes, about fulfilment of the mission and the tasks of a local institution, via the offered e-services;
- Management processes, feedback about quality level of the e-services; and
- Support processes, the opinions about the stadium and the e-involvement degree of the local administration.

The results of the poll (from about 300 entries) are given on the following figures:

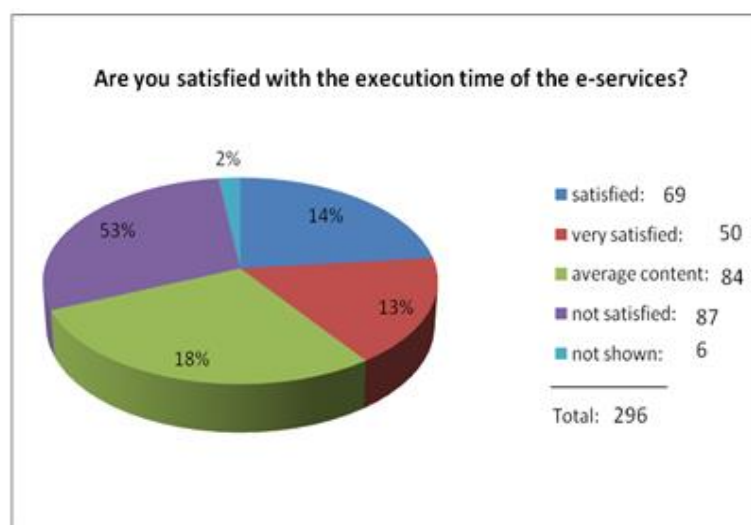
1. Category of the User:



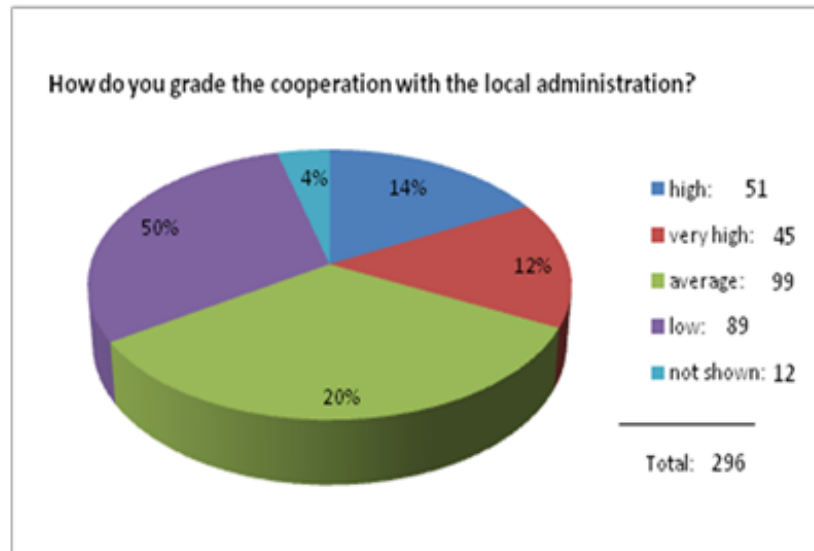
2. How do you grade the quality of the particular e-Service:



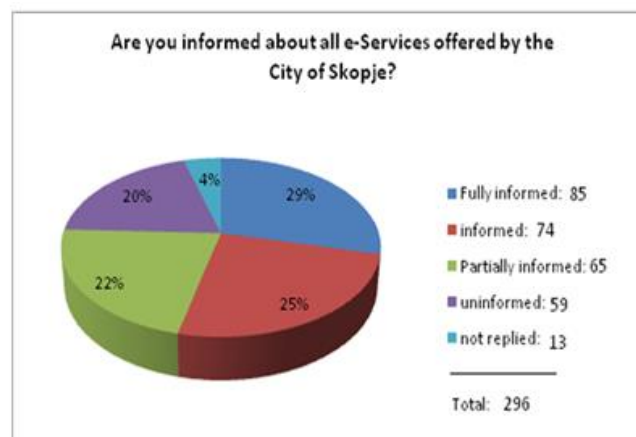
3. Are you satisfied with the execution time of the service?



4. How do you grade the cooperation with the local administration?



5. Are you informed about all e-Services offered by the City of Skopje?



Conclusions

In this paper we presented an effort to provide a set of clear and useful e-government evaluation factors that can be used to help achieve better citizen services utilization. The first author of this paper is an employee of city of Skopje's administration and he is directly involved in the implementation and evaluation of the e-services for the local government. After an analysis of the current evaluation techniques – we have revealed that although the existing approaches have their strengths and merits, none of them covered the important spectrum of the main factors/issues that affected e-government evaluation. Hence, we have also described the utilization

of e-government services in some EU countries (Finland, Austria etc.). The proposed evaluation factors can also be adapted to a specific country situation by only analysing the factors that apply in that situation.

Finally, we performed a direct evaluation via online poll for the service users. The current evaluation is about the use and improvement of e-services on the local level (City administration of Skopje). This evaluation is real and still in progress. The results from it will enable a better understanding of the users' needs (individuals and companies), and will help to improve the e-services that are offered in this moment. This research is a small contribution towards enhancing and strengthening of the capacity of Macedonian local government Institutions, which offer (or tend to offer) better services for our citizens.

References

- [1] Meelis Kitsing, "An Evaluation of E-Government in Estonia", *Impact Assessment Conference*, Oxford University, UK, 2010.
- [2] Jansen, A. (2005), "Assessing e-government progress– why and what", *In the proceedings: Tessem, B, J. Iden og G. Christensen* (red) NOKOBIT 2005. ISBN 82-8033-026-7, ISSN 1504-1697
- [3] Krull, A., "ICT infrastructure and E-readiness assessment report". *Tallinn: Praxis Center for Policy Studies*, 2003.
- [4] Irfan Syamsuddin, "Evaluation Of E-Government Initiatives In Developing Countries: An ITPOSMO Approach", *International Research Journal Of Applied And Basic Sciences*. Vol., 2 (12), 439-446, 2011.
- [5] Petricek, V., Tobias, E., Ingemar, C., Helen, M., (2006) The Web Structure of E-Government, Developing a Methodology for Quantitative Evaluation, *International World Wide Web Conference*, Edinburgh, U.K.
- [6] Reilly, C., Horan, J., Johnston, R., Stanley-Smith, Ch., and Colm Butler, D. (2003) E-Government more than an automation of government services, *Information Society Commission*.
- [7] Remenyi, D., Money, A., Sherwood-Smith and Irani, Z. (2000) *Effective Measurement and Management of IT Costs and Benefits*, Butterworth-Heinemann, Oxford
- [8] National Action Plan for Development of E-Content 2010-2015, Ministry for Information Society of R. Macedonia, July 2010, pp. 1-10.
- [9] National Strategy for E-Involvement 2011-2014. Ministry for Information Society and Administration of R. Macedonia, May 2011, pp. 1-27.
- [10] Strategy for Development of ICT on the Local level, ZELS 2011 – 2015. December 2010, pp. 1-43.
- [11] Wang, L., Bretschneider, S., and Gant, J. (2005) "Evaluating Web-Based E-Government Services with a Citizen-Centric Approach," *Proceedings of 38th Annual Hawaii International Conference on Systems Sciences*, Big Island, Hawaii.

ПОЛИТИЧКИТЕ ИНТЕРЕСИ И УСТАВНИТЕ ПРОМЕНИ ВО МАКЕДОНИЈА

UDC: 342.413:323(497.7)

Прегледен труд

Проф. д-р Слободан Шајноски

Европски Универзитет Република Македонија

Апстракт

Овој труд презентира анализа на манифестираните политички интереси во процесот на промените на Уставот на Република Македонија во 2019 година. Предмет на трудот се ставовите и политичките акции на релевантните политички субјекти изразени во текот на процесот.

Основната хипотеза на трудот е дека во текот на целиот процес на уставните промени се изразуваа и артикулираа меѓусебно исклучиви интереси кои нужно предизвикаа општествени конфликти.

Клучни зборови: *интереси, политика, држава, партии, промени*

POLITICAL INTERESTS AND THE CONSTITUTIONAL CHANGES IN MACEDONIA

Abstract

This paper presents an analysis of the political interests manifested in the process of changing the Constitution of Republic of Macedonia in 2019. The subject of the paper are the standpoints and political actions of the relevant political stakeholders, expressed during the process.

The main hypothesis is that this was a process of expressing and articulating mutually exclusive interests which inevitably have triggered social conflict.

Key words: *interests, politics, state, parties, changes*

Вовед

За потребите на истражувањето на овој труд, под процес на промени на Уставот на Република Македонија подразбираме еден сложен политички процес кој се манифестира преку неколку фази:

Прво, тоа беа парламентарните избори од декември 2016 година. Од аспект на нашето истражување тоа беа избори во кои дојдоа до израз заострените општествени спротивности, но кои изборите сами по себе

не можеа да ги разрешат. Ова особено што резултатите од изборите јасно не ја покажаа подготвеноста на општеството за промени.

Дотогашната власт (коалицијата ВМРО-ДПМНЕ и ДУИ) освои најголем број пратеници, но не формира влада. Владата со прегрупирање ја формира СДСМ со ДУИ и други партии од албанскиот блок. Во овој случај фактички беше променет Уставот во материјална смисла, односно беше прекршено политичкото правило победникот во „македонскиот блок“ да формира влада со победникот од „албанскиот блок“.

Второ, тоа беше процесот на конституирање на новото собрание по изборите. Заострените конфликти својата кулминација ја доживеаја во настаните во Собранието од 27 април 2017 година, официјално означени како тероризам. Всушност, вистинскиот конфликт беше придржување (или кршење) на правилата на Уставот на РМ и деловникот на Собранието на РМ при изборот на претседател на Собранието на РМ.

Трето, тоа беше процесот на преговорите и Спогодбата со Грција за промена на името на Република Македонија. Новата опозиција по изборите беше исклучена од преговорите или самата ги бојкотираше.

Четврто, тоа беше процесот на спроведување на Референдумот за името на Република Македонија. Референдумот формално правно беше неуспешен, но Собранието на РМ и покрај тоа ја ратификува Спогодбата за промена на името.

Петто, тоа беше, во потесна смисла на зборот, уставната процедура на усвојување на амандманите на Уставот на Република Македонија за промена на нејзиното име. Со гласовите на дел од пратениците на опозицијата, а кои беа обвинети и за кои се водеа кривични постапки и беа во притвор за настаните од 27 април 2017 година, беа обезбедени 81 глас за усвојување на амандманите на Уставот на РМ. Притоа пратениците беа ослободени од притвор и подоцна амнестирани врз основа на Законот за амнестија.

На практично-политички план овие процеси својата основа ја наоѓаат во дефинирањето на формулата на општиот интерес Република Македонија да опстане и да се развива како држава: едните сметаат дека интерес на Македонија е промена на името како услов за влез во НАТО и ЕУ и стабилен понатамошен развој, а другите дека името е најважен интерес на Македонија и дека постојат можности и со уставното име да се приклучиме кон евроинтеграциите.

На теоретски план основата на овие процеси се наоѓа во противречноста помеѓу интересите на поединечната индивидуа и општиот интерес на сите индивидуи. Таа противречност доведува до тоа под плаштот на доброто и интересите на Македонија (државата) да се остваруваат поединечни интереси, во нашиот случај, интереси на капиталот, па дури и поединечни интереси на криминални групи и поединци.

Поим и значење на интересите

Лексичката анализа на значењето на зборот интерес во македонскиот јазик (камата, добро, корист), латинскиот јазик (да се биде помеѓу), францускиот (добронамерно внимание насочено кон некој, својство на оној што привлекува внимание), англискиот јазик (да се биде ангажиран активно во нешто, ствар во која сме ангажирани) според некои автори упатува дека објаснувањето на значењето на

интересите наједноставно е изложено во речникот на рускиот јазик: избирачка на целта водена насоченост на човекот кон стекнување на некое знаење, на извршување на некоја дејност.

За Хегел, на пример, интересот е содржина на тежнението на чие остварувања е насочена работата на субјектот. Хегел на овој начин го открива дијалектичкото единство на субјективното и објективното во самата категорија на интересите.

Напор, интересите да се сфатат и дефинираат во нивната суштина како објективна-субјективна категорија прават оние автори кои се обидуваат поцелосно да ја формираат основата на интересната диференцијација и истовремено да овозможат таа да биде теоретска основа за истражување на интересите во конкретна организација или заедница – политички интереси.

Во оваа смисла, интересите се одредуваат како насочености (потенцијални, помалку или повеќе свесни акции) на стекнување, контрола или одржување на сите оние општествено значајни добра од кои битно зависи основната општествена положба и целосната животна ситуација на интересентот.

Во ова општо одредување на интересите се одвојуваат посебно три елементи:

Насоченоста (потенцијална акција) на дејствување, што значи дека интересите не се просто она што се сака туку она кон што се тендира;

Општественото добро кон што тежнее интересентот, што овозможува истражување на интересите од аспект на нивната специфична содржина;

Општествената положба и животна ситуација кои битно влијаат на изборот на специфични добра кон кои се тежнее.

Оваа дефиниција на интересите најдобро ја покажува поврзаноста и влијанието на интересите во процесот на одлучување во политиката. Фазата на дефинирање на проблемот речиси секогаш е поврзана со интересите како заднина на однесувањето на учесниците во одлучувањето. Фазата на генерирање и оценка на алтернативните решенија е исто така под влијание на интересите на доносителите на одлуката. Интересите, исто така, се мотив, односно пречка и при спроведувањето, односно при реализацијата на одлуката.

Во оваа смисла, карактеристични се сфаќањата на Платон дека народот во секоја држава е поделен во суштина на два народа, на богати и сиромашни, меѓу кои се води непомирлива меѓусебна борба. Или, сфаќањето на Аристотел за средната класа, како за оној фактор кој обезбедува стабилност на политичките системи. За Макијавели е непобитно дека од спротивноста на интересите произлегуваат сите закони кои се донесуваат во интерес на слободата.

По однос на интензитетот и природата на интересните разлики, интересите можат да се поделат на различни интереси, спротивставени интереси и противречни интереси.

Како различни интереси можат да се означат оние интереси кои покажуваат насоченост кон различни, но меѓусебно независни добра - цел. Такви се, на пример, различните професионални интереси, интересот на лекарот кој се залага за здравјето на луѓето и професорот кој се залага за образованието на луѓето. Карактеристично за овие интереси е дека не доведуваат директно до општествен конфликт.

Спротивставени интереси се оние интереси кои покажуваат насоченост кон различни, но меѓусебно поврзани цели.

Такви се, на пример, интересите на производителите на стоки и потрошувачите на тие стоки. Спротивставените интереси, по правило, доведуваат до општествени конфликти со тоа што разрешувањето на конфликтите е можно преку компромис или насочување на интересот на еден од интересентите на друго конкретно добро.

Противречните интереси пак покажуваат насоченост кон добра кои се спротивставени и каде што задоволувањето на едниот интерес ја исклучува можноста за истовремено задоволување на другиот интерес. Противречните интереси доведуваат нужно до општествени судири и по правило таквите судири не можат да се разрешат компромисно ниту е можна доброволна преориентација на едниот интересент на некои други добра. Можно е привремено разрешување на таквите судири (ако распределбата на општествената моќ дозволува примарно остварување на еден од конфликтните интереси) или трајно разрешување (радикално менување на општествените услови кои доведуваат до формирање на противречни интереси). Типичен пример за противречни интереси се класните интереси.

Конфликти и интереси

Во расправата за интересите не може, а да не се говори за конфликтот. Но, не за конфликтот како конститутивен елемент на поимот за интересот (тој тоа не е), туку за конфликтот како непосредно и интересно детерминирана општествена ситуација.

Вообичаено е во науката конфликтот да се одредува како специфичен облик на интеракција меѓу субјектите на општествениот живот, во која активноста на еден е насочена против акцијата на друг заради одредени добра, така што едната страна сака да ја ограничи, оштети или оневозможи реализацијата на целите (интересите) на другата.

Но, конфликтите немаат само разурнувачка улога туку претставуваат и процес во кој одредена општествена единица се ослободува од разединувачките елементи и се разрешува напнатоста меѓу противниците. Во таа смисла, конфликтот ја зацврстува и ја зголемува нејзината кохезивност.

Видови конфликти

Врз основа на неколку различни критериуми, а во функција на насловната тема конфликтите можат да се поделат на неколку видови:

Видови на конфликти со оглед на основата на нивното создавање:

До овие конфликти доаѓа заради:

- a) меѓусебната исклучивост на истоветни интереси (борба за присвојување на што поголем дел од расположливите материјални добра)
- б) колизија на различните интереси (борба за позиции кои носат одредена моќ, власт во рамките на одредена општествена единица)

Видови на конфликти со оглед на начинот на изразување на конфликтните интереси:

- a) слободно или ограничено изразување на конфликтните интереси
- б) мирно или еруптивно изразување на конфликтните интереси
 - в) организирано или атомизирано (неорганизирано изразување на конфликтните интереси)

Видови конфликти со оглед на субјектите кои се судруваат:

- a) интраперсонален конфликт (поединечна личност во конфликт со самата себе)
- б) интерперсонален конфликт (поединец во конфликт со поединец)
 - в) поединец во конфликт со група (со општество), група со група, група со општество, глобално општество, односно систем со друг систем (интерсистемски конфликт)

Конфликти со оглед на начинот на ускладување на конфликтните интереси

- a) регулирана или нерегулирана постапка за разрешување на конфликтите
- б) институционализирано разрешување на конфликтите во рамките на посебни механизми за ускладување на интересите како што се собранијата, политичките организации, мировните совети и разрешување на конфликтите надвор од овие механизми.

Примерот на референдумот

Акцијата и ставовите на политичките субјекти во процесот на подготовка на референдумот за името, формулацијата на референдумското прашање, референдумската кампања, резултатите и толкувањата на резултатите од референдумот најдобро ги илустрираат структурата на интересите и носителите на тие интереси.

Македонскиот премиер Зоран Заев и владината коалиција започнаа онлајн кампања со која го поддржаа гласот „за“ на референдумот. Многу високи функционери и ЕУ-лидери дадоа поддршка за опцијата „за“ бидејќи ќе ја доближи Македонија до ЕУ и НАТО. Меѓу оние кои ја посетија земјата за поддршка на референдумот беа: Ангела Меркел и Себастијан Курц, канцелари на Германија и Австрија, како и Џим Матис, американскиот секретар за одбрана, и Јенс Столтенберг, генералниот секретар на НАТО, албанскиот претседател Илир Мета, премиерот Еди Рама и министерот за надворешни работи Дитмир Бушати ги повикаа Албанците во Македонија да го поддржат договорот и да гласаат за на референдумот. Во Македонија, албанските политички партии и нивните лидери Али

Ахмети (ДУИ, Мендух Тачи (ДПА, Билал Касами (Движење „Беса“) и Зијадин Села (Алијанса за Албанците) исто така го поддржаа гласот „за“.

Најголемата опозициска партија ВМРО-ДПМНЕ се закани дека ќе го бојкотира референдумот и смета дека договорот со Грција е акт на предавство. Сепак, на почетокот на септември, само неколку недели пред референдумот, Христијан Мицкоски, претседателот на партијата излезе со изјава со која ги охрабри граѓаните да гласаат според сопственото убедување, и дека партијата ќе ги почитува различните мислења. Партијата не учествуваше во референдумската кампања, додека некои високи партиски членови ја изразија својата поддршка за бојкотирање на референдумот. На 23 септември, македонскиот претседател Ѓорге Иванов, кој беше избран како кандидат на ВМРО-ДПМНЕ, го осуди договорот и ги повика своите сонародници да го бојкотираат гласањето.

Посебно карактеристично е дека без оглед на резултатите од референдумот, обезбедувањето на двотретинското мнозинство за донесување на уставните промени во Собранието е постигнато откако е донесен Законот за амнестија и се амнестирани пратеници кои учествуваа во настаните од 27 април 2017 година.

Заклучок

Како заклучок се наметнува ставот дека всушност судирот на виталните интереси кои се однесуваат на материјалната репродукција на општествениот живот и на располагањето со општествениот вишок на труд, лежи во основата на политичкото организирање на општеството и конституирањето на политичките институции. Интересите стануваат политички релевантни со тоа што својата реализација ја бараат со политички средства со помош на државата или пошироко, зборувајќи со помош на историски утврдениот механизам на алокација на вредностите и регулирање на односите меѓу општествените групи. Ако парафразираме една позната мисла за интересите, тогаш би рекле дека луѓето треба да научат дека во политиката зад секоја морална, религиозна, политичка, социјална фраза, изјава, ветувачка, стојат интересите на оваа или онаа група или класа или меѓународен механизам. Промените на Уставот на РМ од 2019 година ова целосно го потврдуваат.

Користена литература

1. A. Heler, Vrednosti i potrebe, NOLIT, Beograd, 1981
2. Politicka enciklopedija, Savremena administracija, Beograd, 1975
3. N. Pasic, Interesi, institucije, ideologije, IPSFPN, Beograd, 1977
4. Ж. Аселборн, Без договорот Македонија ќе тапка во место уште десет години, Макпрес, 02.10.2018

5. М. Земан, Незаинтересираност или лошо поставено прашање – причина за ниската излезност на референдумот, Макпрес, 04.10.2018

6.К. Кнајсел, Исходот од референдумот е јасен сигнал за поддршка на Договорот за името, Макпрес, 02.10. 2018

СЕМЕЈНО НАСИЛСТВО ВРЗ ЖЕНИ РОМКИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

UDC: 342.54-055.2(497.7:=214.5)

Прегледен труд

Доц. д-р Марјан Габеров

Европски универзитет Република Македонија - Скопје

Апстракт

Семејното насилство е еден комплексен феномен, кој и покрај модерното време во кое живееме сè уште е дел од секојдневието, а бројот на жртвите се зголемува. Овој вид насилство низ годините прогресира, а бројката на вршители и жртви на семејното насилство од година во година расте. Посебно внимание кај овој комплексен феномен привлекува семејното насилство кај ромската популација, конкретно семејното насилство врз жени Ромки во Република Македонија.

Основна цел на трудот е да ги анализира различните аспекти кои непосредно се однесуваат на семејното насилство врз жените Ромки во Република Македонија. Предметот на трудот директно се поврзува со појавните облици на овој вид семејно насилство, како и причините за практикување на истото.

Клучни зборови: *насилство, семејство, семејно насилство, агресија, Роми.*

DOMESTIC VIOLENCE OVER THE GIPSY WOMEN IN REPUBLIC OF MACEDONIA

Abstract

Domestic violence is a complex phenomenon that, despite the modern times in which we live, is still a part of everyday life, and the number of victims is increasing. This type of violence has progressed over the years, and the number of performers and victims of domestic violence has grown year by year. Particular attention in this complex phenomenon attracts domestic violence among the Roma population, specifically domestic violence against Roma women in the Republic of Macedonia.

The main goal of the study is to analyze the various aspects that directly relate to domestic violence against gipsy, women in the Republic of Macedonia. The subject of labor is directly related to the emergent forms of this type of domestic violence, as well as the reasons for practicing it.

Keywords: *violence, family, domestic violence, aggression, gipsy.*

Вовед

По своите карактеристики Ромите претставуваат посебна популациска групација во рамките на една поширока група. Набљудувајќи ги Ромите како групација, сепак, може да се увидат и утврдат определени разлики кои постојат помеѓу лицата во рамките на таа групација, па така во оваа смисла постојат определени разлики во поглед на културата, јазичниот дијалект, религијата, социо-економскиот статус, нивото на интегрираност во општеството и сл. Различностите кои се однесуваат на Ромите во рамките на една средина настануваат како резултат на различното толкување за идентитетот на оваа популација.

Секојдневието на Ромките го сочинуваат проблемите и потребите како на сите жени во општеството, со разликата во личната идентификација што подразбира дека таа ги чувствува и специфичните проблеми од родовата сфера што се карактеристични за ромската етничка заедница.¹ Тешкотиите со кои се соочуваат Ромите не се својствени само за Македонија. Навистина, во многу аспекти, ромската популација во нашата земја, е помалку обесправена од ромското население во многу други земји во регионот.²

Карактеристики на семејното насилство врз жени Ромки

Набљудувано од денешен аспект, насилството кај Ромите претставува еден од најголемите проблеми, заедно со невработеноста, социјалната исклученост, сиромаштијата, дискриминацијата, неможноста за остварување на правото на здравствена заштита, образование и сл.

Во средината во која живееме постојат многубројни стереотипи за положбата и статусот на жените, за односите кои настануваат на релација помеѓу брачните или пак вонбрачните другари, како и за насилството што се извршува во рамките на семејството. Стереотипите иако настануваат како резултат на познати предрасуди во општеството, сепак постои тешкотија за нивното искоренување. Кога се зборува за ромската популација и за семејното насилство треба да се има предвид фактот дека тука постојат определени ставови и предрасуди кои се појавуваат како предуслов за сторување на семејно насилство кај оваа етничка заедница. Еден од најчестите митови кој придонесува за сторување на семејно насилство, вклучително и за семејно насилство над жени Ромки, е ставот и тврдењето дека семејството претставува приватна работа, па сето она што се случува во рамките на семејството би требало и да остане

¹Стојановски, В., Чаловска, Н., Мурати, А., Скендери, С., Јашаревски, А., Голубовска, Ј.: *Анализа – Помеѓу имплементација и реалност на Националната стратегија за инклузија на Ромите – декада на Роми 2005 – 2015*. Скопје: Хелсиншки комитет за човекови права на Република Македонија. 2014.

²О'Хигинс, Н.: *Ромите и вработувањето во Република Македонија*. Скопје: Министерство за труд и социјална политика на Република Македонија. 2014.

во него, прокламирајќи еден феномен на „морална жена“, жена која со цел да го зачува бракот и семејството го трпи конкретното семејно насилство. Голем проблем при семејното насилство на жените Ромки е и очекувањето на жените дека нивниот сопруг ќе се промени, дека ќе „порасне“, а со самото тоа и ќе престане да извршува насилство. Голема нелогичност претставува и одобрувањето на насилство од страна на жената, односно ставовите на жените – Ромки со кои тие го одобруваат насилството врз нив.

Се поставува прашањето зошто жените Ромки воопшто стануваат жртви на семејно насилство, а и зошто го трпат истото без решително да се спротивстават. Жените Ромки, како најчеста причина поради која живеат во рамките на насилни семејни заедници и поради која го трпат насилството го нагласуваат фактот дека истите тие максимално се вклопуваат во општоприфатените предрасуди за насилството. Општоприфатените предрасуди поради кои жените Ромки го трпат насилството во рамките на семејството, може да се должи на различни индикатори како што се: склучувањето на договорени бракови, најчесто од страна на нивните родители, недостатокот на образование, големиот степен на неписменост и непознавањето на можностите за заштита од насилството, поради оправдан страв за иднината на своите деца, недоволната информираност на жените Ромки за нивните права, лажните ветувања на насилникот дека ќе го промени своето однесување, недовербата во сопствените способности, отсуството на поддршката од другите членови на семејството, неефикасноста на институциите, религиозните уверувања и друго.³

Ромската популација во Република Македонија е определена како етничка заедница во која мошне е застапен проблемот на семејното насилство, па токму затоа е пристапено кон конкретно истражување за овој проблем во рамките на оваа популација со поддршка на Развојниот фонд на жените при Обединетите Нации – УНИФЕМ.⁴

Истражувањето поставува неколку цели, преку кои се очекува да се добијат конечните резултати и заклучоци. Така во оваа смисла, преку конкретното истражување се очекува да се добие вистинска слика за видовите на семејно насилство кај ромската популација, првенствено кај ромската жена, да се откријат моментални состојби во поглед на познавањата на ромската жена за проблемот на семејното насилство, како и запознаеноста на истата со правата за нејзина заштита, да се оценат искуствата што ги имала ромската жена во ситуациите и случаите на семејно насилство и да утврди препораки за развој во иднина.

Истражувањето ги утврдува следните состојби за семејното насилство кај ромската популација во Република Македонија:

- Според истражувачките резултати е утврдено дека семејното насилство кај ромската популација е застапено во голем обем, со потенцирање на фактот дека жената многу почесто се појавува како жртва на семејно насилство, за разлика од мажот кој најчесто се појавува како сторител на овој вид на насилство. Виктимизацијата на жените кои се жртви на семејно насилство, од аспект на

³Milic, S, Delija, F.:*Nasilje u porodici u romskoj i egipcanskoj zajednici u Crnoj Gori*. Niksic: Centar za romske inicijative. 2014.

⁴Салимовска, С., Бајрам, Ф., Бајрам, Р., Ракиповска, А., Рамандан, Р., Исмаиљовска, М., Имер, Р., Чупи, А.:*Семејно насилство кај ромската популација во Република Македонија и одговор на институциите на државата*. Скопје: Здружение на граѓани – Сумнал. 2010.

етничката припадност, укажува на фактот дека жените кои се од ромска популација многу почесто стануваат жртви на семејно насилство за разлика од жените од другите етнички заедници;

- Утврден е висок степен на социјално исклучување на жените кои се од ромската етничка заедница. Ова исклучување е утврдено во различни области, како што се образованието, вработувањето, во условите за домување, како и во пристапот до услугите од здравствениот систем,
- Како посебен проблем е утврден фактот дека најголемиот број од жените кои биле жртви на семејно насилство е тоа што воопшто не ги познаваат своите права кои се однесуваат на нивната заштита воопшто, како и заштитата од семејно насилство;
- Во поглед на видовите на семејното насилство утврдено е дека жената од ромската популација е жртва на сите видови семејно насилство, како што е физичкото семејно насилство, психичкото семејно насилство и психолошкото семејно насилство, па дури и комбинација на овие три вида на насилство. Според податоците најзастапен вид на семејно насилство е физичкото семејно насилство, потоа следува психолошкото семејно насилство и на крај сексуалното семејно насилство;
- Како најчести институции каде што го пријавуваат семејното насилство определени се полициските станици, па потоа следуваат оние здруженија кои се занимаваат со прашања кои се поврзани со семејното насилство и на крај Центрите за социјална работа;
- Во истражувањето е утврден фактот дека постои голем број на случаи на семејно насилство кои воопшто не се пријавуваат кај надлежните институции. Различни околности влијаат овој вид насилство да не биде пријавуван, како што се големиот срам на жртвите од пошироката околина, потоа недовербата во системот и неговите институции за тоа дали навистина можат да се справат со проблемот на семејното насилство, како и недостапноста до комуникациски средства и непознавањето на своите права;

Истражувањето за семејното насилство кај ромската популација во Република Македонија и одговорот на институциите на државата од 2010 година, дава основен приказ за маргинализираниот статус на ромската жена со посебен акцент на семејното насилство, определувајќи ги најчестите видови на семејно насилство, кругот на лицата кои се појавуваат како извршители на овој вид насилство, познавањето, односно непознавањето за правата на лицата кои се жртви на семејното насилство, како и ризик-факторите кои доведуваат до сторување на семејно насилство.

Обидувајќи да се посочат причините кои доведуваат до тоа определена жена Ромка да стане жртва на семејно насилство, односно обидувајќи да се определи етиологијата на семејното насилство над жените Ромки во Република Македонија може да се заклучи дека се работи за испреплетување на голем број околности кои доведуваат до овие несакани состојби кај оваа популација во општеството. Така во оваа смисла определена улога и важност имаат високиот степен на сиромаштија, односно неможноста на жените кои се жртви на семејно насилство да побараат соодветна помош, немањето на соодветна документација, која оневозможува службен контакт со институциите кои се најповикани да го спречуваат

семејното насилство, како и да им помагаат на жртвите на семејно насилство, невработеноста на жените Ромки, односно нивната економска зависност од својот брачен или вонбрачен другар, неможноста за пристап до образовниот систем во државата, социјалното исклучување на жената, двојната дискриминација.

Заклучок

Во контекст на досегашната елаборација на ова истражување, акцентот се наоѓа во фокусот на интерпретацијата на целта на истражувањето, која ја сочинуваат препораките, односно насоките што би се примениле во иднина со цел да се намали присуството на оваа општествено негативна појава – семејно насилство, особено врз жените на ромската популација во нашето општество. Преку согледувањето на факторите, односно причинителите за појавата на оваа општествено негативна појава, се констатира алармантност на потребата од интервенција на надлежните институции, а особено здруженијата за заштита од дискриминација кои ќе помогнат во однос на стекнувањето на доверба кај ромската популација во институциите и нивната заштита. Само на тој начин, жените Ромки, ќе го победат стравот кој го чувствуваат предизвикан од насилството во рамките на семејството и преку анализа на нивниот семеен проблем, ќе успеат да го надминат и ќе се упатат на барање заштита кај соодветните надлежни институции.

Користена литература

Стојановски, В., Чаловска, Н., Мурати, А., Скендери, С., Јашаревски, А., Голубовска, Ј.: *Анализа – ПOMEѓу имплементација и реалност на Националната стратегија за инклузија на Ромите – декада на Роми 2005 – 2015*. Скопје: Хелсиншки комитет за човекови права на Република Македонија. 2014.

О' Хигинс, Н.: *Ромите и вработувањето во Република Македонија*. Скопје: Министерство за труд и социјална политика на Република Македонија. 2014.

Milic, S, Delija, F.: *Nasilje u porodici u romskoj i egipcanskoj zajednici u Crnoj Gori*. Niksic: Centar za romske inicijative. 2014.

Салимовска, С., Бајрам, Ф., Бајрам, Р., Ракиповска, А., Рамандан, Р., Исмаиљовска, М., Имер, Р., Чупи, А.: *Семејно насилство кај ромската популација во Република Македонија и одговор на институциите на државата*. Скопје: Здружение на граѓани – Сумнал. 2010.

ЕТИОЛОГИЈА НА МАЛОЛЕТНИЧКИОТ КРИМИНАЛИТЕТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

UDC: 342.91-053.2(497.7)

*Прегледен труд***М-р Ебру Ибиш***Европски универзитет Република Македонија*

Апстракт

Етиологијата на криминалот како значаен дел на криминологијата настојува да ги пронајде причините за сторување на кривични дела. Таа заедно со криминалната феноменологија успева да даде една општа слика околу причините за појава и појавните облици на криминалот. Во однос на етиолошкиот дел на малолетничката деликвенција од голема важност се криминогените фактори кои директно влијаат врз учество во деликвентни активности и сторување на кривични дела, така во однос на криминогените фактори можеме да ги споменеме: сиромаштијата, невработеноста и богатството како главни криминогени фактори, освен наведените, при истражување на криминалната етиологија семејството, училиштето и користењето на слободно време исто така се среќаваат како криминогени фактори. Секако причините за сторување на кривични дела кај малолетниците се различни, а оттука ќе ги потенцираме и мултифакторските теории кои наоѓаат широка примена во криминалната етиологија. Постојат различни етиолошки теории кои даваат различни објаснувања околу причините за сторување на кривични дела некои од нив се: биолошки, криминолошки, социолошки, правни теории и теорија на генетска каузација.

Клучни зборови: *криминал, етиологија, деликвенција, криминогени фактори, деликвент*

ETIOLOGY OF JUVENILE DELINQUENCY IN REPUBLIC OF MACEDONIA

Abstract

The etiology of crime as an important part of criminology who analyses the reasons for committing crimes. The criminal etiology and phenomenology are so important aspects which gives a general picture of the causes for the reasons of committing crime and the forms of crime. Regarding the etiological part of the juvenile delinquency, the criminogenic factors that directly influence the participation in delinquent activities and committing crimes are of great importance, so in relation to the criminogenic factors we can mention: poverty, unemployment and wealth as the main criminogenic factors, except In the investigation of criminal etiology, the family, the school and the use of free time are also found as criminogenic factors. Certainly the reasons for committing crimes in juveniles are different, and hence we will emphasize the multifactorial theories that are

widely used in criminal etiology. There are different etiological theories that give different explanations about the causes of committing crimes; some of them are: biological, criminological, sociological, legal theories and the theory of genetic causation.

Key words: *crime, etiology, delinquency, criminogenic factors, delinquent*

Вовед

Етиологијата на криминалитетот е насочена кон пронаоѓање на причините за појава на криминалот. Потекнува од грчкиот збор "aitia" што значи причина и "logikos" наука. За да ги определиме причините на малолетничката делинквенција значајно е да ја дефинираме криминолошката етиологија и проблемите на причинитоста т.е криминалните фактори. Дел од теоретичарите при истражување на овој проблем големо значење им придаваат на трите главни криминогени фактори: сиромаштијата, невработеноста и богатството.

Втората група на теоретичари кои на објаснувањето на етиологијата на малолетничката делинквенција нагласено значење му придаваат на: биофизичките, антрополошките и психолошките фактори и карактеристики на личноста и во таа насока го насочуваат својот интерес наоѓајќи објаснување во фактот што се работи за физички и психички неоформена и несозреана личност.¹

Освен горенаведената поделба дел од психолозите тврдат дека биопсихолошките и персоналните карактеристики играат значајна улога во оваа проблематика. Од биопсихолошки аспект, при изучување на личноста големо внимание се посветува на развојот и неговиот одраз врз правилната социјализација и психичкиот развој.

Нужно значење се дава на: поаѓањето на училиште на време или подоцна, расправијата во детскиот период кои кај личноста создаваат страв и несигурност, со што не доаѓа до нормален физички и психички развој. Додека кај персоналните карактеристики главно детерминирачко дејство во јавувањето на определени криминални однесувања им припаѓа на негативните карактерни особини. Тоа зависи како детето се однесува спрема себеси и спрема другите лица од неговата потесна и поширока средина, спрема уметноста, културата и други општествени и етички вредности. Затоа, при испитувањето на етиологијата на малолетничката делинквенција треба да се даде една јасна слика на социјалните релации и социјалните односи на децата во средината која растеле и се воспитувале.²

¹Милутановиќ, Милан, "Проблем криминогених фактора у криминолошкој литератури", Народна милиција бр.2, 1996, стр.2

²Станковска, Гордана, "Био-психолошки и персонални карактеристики на испитуваната популација" Институт за социолошки и политичко-правни прашања", Скопје, 2004,стр.113,114

1. Фактори

Факторите на малолетничката деликвенција можеме да ги поделиме во две групи: општи криминогени фактори и посебни криминогени фактори. Во рамките на првата група на криминални фактори, од клучно значење се: општествената дезорганизација, неправилен развој на младите, опаѓање на општествената дисциплина, промените во економските и стопанските односи, индустријализација, корумпирање и слични фактори кои негативно влијаат врз младата популација. Посебните фактори се однесуваат на влијанијата на општествените групи кои влијаат на формирањето на личноста на малолетникот. Во посебните криминогени фактори можеме да ги вброиме: семејството, училиштето, средства за комуникација, користење на слободно време и сл., додека сиромаштијата, богатството и невработеноста ќе ги анализираме како главни криминогени фактори на оваа појава.

1.1 Личноста на деликвентот

За разлика од поранешните верувања дека детето по природа е добро или лошо, денес е прифатено сфаќањето според кое детето не се раѓа со изградени морална стандарди. Во однос на личноста на детето т.е. деликвентот треба да се обрне внимание и на истражувањата на педагозите. Група на педагози истражувале, како детето се развива од година на година кои се позитивните карактеристики, и од која година негативните особини се поистакнати кај децата. Во врска со ова емпириско истражување направена е класификација во четири групи:³ од 1 до 6 години: тоа е период на физички и психички развој на детето, карактеристично за овие години е развој на способности, навики и запознавање со блиската околина. Од 7-8 години: детето почнува да се запознава со своите врстници, повеќе внимание му посветува на другите деца за разлика од родителите. Од 9-10 години: за разлика од првите две групи се карактеризира како покритичен период затоа што детето ги стекнува првите навики, доколку негативните навики (пушењето цигари, бегане од часови, недоволен надзор од страна на родители, грабежи, кражби) ги надвладаат позитивните, тогаш може да се каже дека детето го оформува првиот чекор кон деликвенцијата. Од 11 до 12 години: се забележува битна разлика меѓу машки и женски деца. Машките се многу похиперактивни додека женските деца се повеќе повлечени. Последната група ја сочинуваат деца од возраст од 13-14 години: децата во тие години не ги споделуваат сите мислења со своите родители, тоа е период кога ги имитираат поголемите од нив⁴ со користење на алкохол, пушење цигари и сл. социопатолошки појави кои ги водат чекор понапред до криминалот. Како општи карактеристики на личноста на деликвентот може да ги напомниме следните:⁵ тешкотии во емоционално и социјално созревање, преживеани стресови, недостаток на самопочитта, негативна идентификација, негативно влијание на врстници, депресија, намалена комуникативност, недоверба кон непознати, желба за

³Okay, Ayla, "Okumaya Hazırlıklı Olmak Ne Demektir", Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul, 1994, стр.99

⁴Tuncer, Nilüfer, "Çocukların Değişik Yaşlarda İlgi Duydukları Konular", Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul, 1994, стр.156

⁵<http://www.mvr.gov.mk/ShowAnnouncements.aspx?ItemID=556&mid=734&tabid=65&parent=22&tabindex=2>

доминација, пасивност, ограничени интереси, несигурност, некритичност, недоверливост, намалена контрола на полов нагон, отсуство на вина и срам, непочитување на авторитети.

1.2 Семејството како криминоген фактор за малолетничка деликвенција

Семејството е микрогрупа која во општествената структура остварува формирање на детето. Основната функција на семејството е воспитувањето и социјализацијата на децата. Функцијата на семејството единствено може да се остварува во комплетни и складни семејства. Ако е нарушена комплетноста на семејството и меѓусебните односи меѓу родителите и доколку постојат одредени социопатолошки појави како на пример: алкохолизам, наркоманија, питачење, проституција, можат да се нарушат процесите на воспитување на детето и социјализацијата. Како што неколку пати напоставме, децата за време на нивниот развој ги имитираат родителите, како основен пример за нивното однесување, а оттука извират и домашното воспитување. Многу студии покажале дека родителскиот надзор, дисциплината, односот на родителите кон децата и нивното ангажирање во одгледувањето на децата се најзначајни прогностички фактори за криминално и деликвентно поведение. Преиспитувајќи ги факторите за извршување кривични дела кај извршителите од машки пол Лобер и Дишон, како најзначајни фактори за прогноза на деликвенцијата ги истакнуваат лошите родителски методи за одгледување на детето, антисоцијалното однесување на детството, криминалитетот на членовите во семејството, нискиот коефициент на интелигенција и достигнувањата во училиште, како и одвојувањето од родителите.⁶ Статистичките податоци во однос на состојбата на комплетноста на семејството и неговото влијание врз малолетникот кон изрекување на мерки изгледа вака:⁷ Во вкупната популација со 74,6% малолетниците најчесто живеат во комплетни семејства, 77,7% од малолетниците врз кои се извршува вонзаводска мерка живеат со обата родители, додека 57,5% од малолетници кои живеат во комплетно семејство издржуваат заводска мерка вклучувајќи го и малолетничкиот затвор. Во семејствата каде што родителите се целосно ангажирани со работата и не посветуваат внимание кон воспитувањето на детето или во семејства каде што насилството е доминантно, сите овие негативни фактори влијаат малолетникот единствениот спас да го најде надвор од семејството градејќи го својот криминален профил.

⁶Груевска-Дракулевски Александра (2013) "Семејството и брачниот статус: криминогени фактори и\или причини за откажување од криминално однесување", Зборник на трудови на Правниот факултет „Јустинијан Први“ во Скопје посветен на проф. д-р Љиљана Спировиќ-Трпеновска, Правен Факултет „Јустинијан Први“ во Скопје, стр. 376

⁷УНИЦЕФ, "Ефикасноста на мерките што се применуваат спрема малолетните лица", Институт за социолошки и политичко-правни истражувања, Скопје, 2004, стр. 80-81

1.3 Училиштето како криминоген фактор за малолетничка деликвенција

Училиштето е првата институција која детето ја запознава во својот живот. После надзорот на семејството училиштето има секундарно значење кон развојот на детето, неговото воспитување, образување, формирање и развивање на моралните својства. Иако детето е добро воспитано, но нема доволно добра контрола од страна на родителите, со запознавањето со другите деца од истата средина кои веќе се дел од криминалот, може лесно да им се придружи било од љубопитност или, пак, заради задоволување на неговите потреби. Бидејќи станува збор за развој на детето, затоа не може да се очекува тој самиот да ги процени сите лоши последици кои би можеле да произлезат од сторените противправни дејствија, дури во некои случаи децата не се свесни дека сторуваат општествено опасни дела.

1.4 Сиромаштијата, богатството и невработеноста како криминогени фактори

Сиромаштијата и невработеноста секогаш се јавуваат како главни криминогени фактори, за криминалното поведение на малолетниците. Децата уште од мали гледајќи ги другите врсници од истата околина посакуваат да им се овозможат сите услови како и на децата од нивната околина, и тука се јавува проблем доколку родителите не се во состојба да го сторат тоа, заради лошата економска состојба. После извесно време малолетникот станува свесен дека семејството нема можности да ги задоволи сите работи што ги побарува детето, па заради тоа единственото решение се наоѓа во криминалот, односно најчесто во имотниот криминалитет затоа што така можат на најбрз начин да стигнат до пари. Вториот криминоген фактор, невработеноста е тесно поврзана со првиот криминоген фактор сиромаштијата, колку што е висока стапката на невработеност во едно општество толку е поголема веројатноста од сиромаштија.⁸ Стапката на невработеност е еден од најважните индикатори за состојбите на пазарот на трудот во една земја. Во Република Македонија високата стапка на невработеност покажува дека кон невработеноста треба да постои сериозен пристап, затоа што економскиот развој и социјалната кохезија нема да може да се постигнат без добро воспоставена политика за намалување на невработеноста.⁹ Третиот криминоген фактор е богатството. Поаѓајќи од мултифакторската концепција, може да тврдиме дека иако семејството има солиден материјален статус, надворешната негативна околина може да биде многу влијателна врз детето за сторување на кривични дела. Најчесто социопатолошките појави, како што се наркоманијата и алкохолизмот, ги наоѓаме во комбинација со кривичните дела. Децата од богати семејства, вршат кражби и од сопствениот дом со цел да може да набават алкохол и дрога, а со текот на времето голем дел од нив стануваат и наркочилери, оттука и проблемот околу наркоманијата што предизвикува промена на

⁸Gloriel International Americana Encyclopedia, Academic American Encyclopedia, Istanbul, 1993, стр.411

⁹Јакимоски, Јорде; Трајанов, Стојан; Новковска, Благоица; Марковиќ, Маријана; Серафимовска, Елеонора; Абдулаи, Јонуз; Мемети, Мемет, "Невработеност ризици и предизвици", Универзитет Св. Кирил и Методиј Институт за социолошки и политичко-правни истражувања, Скопје. 2013, стр.78

карактерните особини кај малолетникот, посебно тие особини што се поврзани со моралната страна на личноста¹⁰

1.5 Користењето на слободното време како криминоген фактор

Слободното време е дел од секојдневието, со кој детето располага надвор од сите негови обврски. Слободното време е значајно за социјализирање на детето, и искористување на истото за разноразни рекреативни активности кои ќе му овозможат запознавање со други лица од различни околина и развивање на неговиот социјален живот. Во однос на организирањето на слободното време клучна задача имаат родителите, со цел да создадат продуктивен и ефективен ангажман за детето. Од друга страна, доколку слободното време е лошо организирано или, пак воопшто не се посветува внимание од страна на родителите тогаш настанува главниот проблем, и тука велиме дека слободното време може да се јави како криминоген фактор. Кога малолетникот нема планиран ангажман во вид на игра и забава, не знае како да го исполни времето и бара различни начини за да може да најде било каква занимација, се впушта во авантуристички подвизи и презема активности што го носат на погрешен пат т.е. кон криминалниот живот. На тој начин се создаваат услови за појава на неформално здружување во малолетнички групи и банди.¹¹ Во нашето општество, за разлика од другите европски држави нема доволен број на места каде што децата би можеле на продуктивен начин да си го искористат слободното време. Кај нас наместо спортски сали за деца, театри за деца, културно-уметнички друштва, организации за продуктивно користење на времето на деца како на пример: слободни активности во природа, се заменети со барови, кафулиња, дискотеки, спортски обложувалници и сл.

Земајќи ги предвид сите гореспоменати услови, може да претпоставиме дека висок е процентот детето да ја гради својата криминална кариера од мали години. Постои една теза која криминалното поведение го наоѓа во неуспехот на детето, а тоа се прикажува на следниот начин: недоволен контакт со родители води кон незаинтересираност на детето кон училиштето и намалено поведение, потоа следи деморализација и бегане од училиште, исто така, и незаинтересираност спрема образованието и на крај создавање контакти со деморализирани младинци со цел вршење на деликти. Во истата возраст малолетниците се запознаваат и со социо-патолошките појави, најчесто со алкохолизмот, наркоманијата и насилството.

¹⁰ Сулејманов, Зоран, Стојаноски, Нелко, „Социјална Патологија“, Скопје: Народна и универзитетска библиотека Св. Климент Охридски, 2002 година, стр. 334.

¹¹ Арнауодовски, Љупчо, „Киминологија“, Скопје: 2-ри Август Ц-Штип, 2007 година, стр. 684.

Заклучок

Со развитокот на научната мисла денес е прифатен мултифакторскиот концепт кој признава мултикаузалност на криминалното однесување. Тоа значи дека постојат различни фактори кои директно или индиректно влијаат врз сторување на кривични дела или врз вовлекување на деликвентни активности. Етиолошките истражувања се посебно значајни затоа што претставуваат основа за спречување, сузбивање на малолетничкиот криминалитет бидејќи токму по наоѓањето на причините на овој криминал може да се моделираат и механизмите за нивно спречување. Значењето на етиологијата на малолетничка деликвенција е потенцирано и во Упатствата на Обединетите Нации за спречување на малолетничка деликвенција т.е. Ријадски правила во петтиот дел чл.48 кој гласи вака: Програмите за спречување на деликвенцијата треба да се планираат и да се развиваат на основа на сигурни резултати од научни истражувања и периодично да се следат, да се проценуваат и соодветно да се приспособуваат.

Пронаоѓањето на причините кои влијаат врз деликвентните активности не се едноставни, тука се навистина значајни ангажирањата на владиниот и невладиниот сектор, надлежните институции во државата, стручните како и научните истражувања.

Користена литература

Груевска-Дракулевски Александра (2013) "Семејството и брачниот статус: криминогени фактори и\ или причини за откажување од криминално однесување" ,Зборник на трудови на Правниот факултет „Јустинијан Први“ во Скопје посветен на проф. д-р Љиљана Спировиќ- Трпеновска, Правен Факултет „Јустинијан први“ во Скопје.

Милутановиќ, Милан, „Проблем криминогених фактора у криминолошкој литератури“ , Народна милиција бр.2, 1996.

Станковска, Гордана, „Био-психолошки и персонални карактеристики на испитуваната популација“ Институт за социолошки и политичко-правни прашања“, Скопје, 2004.

Јаќимоски, Јорде; Трајанов, Стојан; Новковска, Благица; Марковиќ, Маријана; Серафимовска, Елеонора; Абдулаи, Јонуз; Мемети, Мемет, „Невработеност ризици и предизвици“, Универзитет Св. Кирил и Методиј Институт за социолошки и политичко-правни истражувања, Скопје. 2013.

УНИЦЕФ, "Ефикасноста на мерките што се применуваат спрема малолетните лица“, Институт за социолошки и политичко правни истражувања, Скопје, 2004.

Gloriel International Americana Encyclopedia, Academic American Encyclopedia, Istanbul, 1993.

Okay , Ayla, "Okumaya Hazırlıklı Olmak Ne Demektir", Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul, 1994.

Tuncer, Nilüfer, "Çocukların Değişik Yaşlarda İlgi Duydukları Konular", Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul, 1994.

<http://www.mvr.gov.mk>

АРБИТРАЖА VS ДРЖАВНО СУДЕЊЕ

UDC: 347.918(497.7)

Прегледен труд

Дијана Ѓоргиева, Зорица Стоилева*Докторанд по граѓанско процесно право на Правниот факултет**„Јустинијан Први” во Скопје, Република Македонија*

Апстракт

Решавањето на споровите во едно општество значи воспоставување на правен мир и сигурност во правните и деловните односи. Во услови на сè поголем развој на домашната и меѓународната економија арбитражата како начин за решавање на споровите сè повеќе добива на значење за разлика од државното судство. Целта на овој труд е да се покаже дека арбитражата како начин на решавање на граѓанските спорови има повеќе предности за разлика од државното судство, бидејќи странките сами ги избираат: арбитражниот суд кој ќе ја донесе одлуката, седиштето на арбитражниот суд, арбитрите, материјалното право за суштината на спорот, јазикот на постапката, процесните правила за водење на постапката, а може да договорат и судење по правичност. За разлика од арбитражата таква можност за странките не постои кај државното судење. Дополнително арбитражната постапка е доверлива, едностепена, побрза, неформална и поевтина додека државното судење секогаш е јавно, повеќестепено, долго, формално и скапо. На крај, донесената арбитражна одлука, како производ на арбитражната постапка подложи на поедноставен правен режим за признавање и извршување во странство за разлика од државната судска одлука.

Клучни зборови: *арбитража; државно судење; предности; слабости; иден развој.*

ARBITRATION VS STATE JUDICIARY

Abstract

The settlement of the disputes in the society means establishment of legal peace and security in the legal and business relations. In conditions of growing development of the domestic and international economy, arbitration as a way of disputes settlement is increasingly gaining importance in contrast to the state judiciary. The aim of this paper is to show that arbitration as a way of resolving civil disputes has more advantages than the state judiciary, since the parties themselves choose: the arbitral tribunal that will render the award, the seat of the arbitration court, the arbitrators, the substantive law for the essence of the dispute, the language of the procedure, the procedural rules, and can also agree on a fair trial. Unlike arbitration, such a possibility does not

exist for the parties at the state trial. In addition, the arbitration is confidential, onelevel, faster, informal and cheaper while the state trial is always public, multilevel, long, formal and expensive. Lastly, the arbitral award rendered as a product of the arbitration is a subject to a simplified legal regime for recognition and enforcement abroad, unlike the state court decision.

Keywords: *arbitration; state judiciary; advantages; weaknesses; future development.*

Вовед

Решавањето на граѓанско правните спорови од страна на државните судови во поново време сè повеќе трпи критики. Ова, пред сè, се должи на бавното, скапото и несигурното државно судење како и на недовербата на правните субјекти во правосудните државни механизми. Освен тоа, денес сме современици и на експанзија на глобалната меѓународна трговија и инвестиции, што бара побрзо и поефикасно решавање на приватните спорови со странски елемент. Поради ова се забележува тенденција за избегнување на државното правосудство и решавање на спорите по пат на арбитража. Ова е така затоа што арбитражата како алтернативен начин за решавање на спорите нуди големи предности наспрема државното правосудство.

Арбитражата е еден од облиците за заштита на граѓанските субјективни права и интереси и како таква се вбројува во т.н. „приватно правосудство“. Арбитражата му претходи на државното правосудство, а по настанувањето на државното правосудство станува негова договорна алтернатива.¹ Оттука арбитражата претставува и алтернативно граѓанско правосудство затоа што со помош на арбитражата по волја на странките се врши дерогирање на судската надлежност и се пророгира надлежност на арбитража. Основна хипотеза на овој труд е дека арбитражата како начин за решавање на спорите нуди поголеми предности наспрема државното правосудство.

1. Предности на арбитражата во однос на државното судење

Арбитражата како начин за решавање на граѓанско правните спорови долго живееше во сенка на државното судење. Основна причина за ова е создавањето на граѓанските процесни системи како национални системи за заштита на граѓанските субјективни права. Ситуацијата значително започна да се менува благодарение на Модел-законот на Uncitral од 1985 година² и имплементирањето на Модел-закон на Uncitral како soft-law меѓународен инструмент во Законот за меѓународната трговска арбитража на Република Македонија од 2006 година. Од овој момент, па натаму, започна популаризација на арбитражата како начин за решавање на граѓанскоправните спорови во македонското граѓанско процесно

¹Stanković G. and all. *Arbitražno procesno pravo*. Niš, Udruženje građanskoprocenoi arbitražno pravo, 2009, 16.

² UNCITRAL Model Law on International Commercial Arbitration, 1985, http://www.uncitral.org/uncitral/en/uncitral_texts/arbitration/1985Model_arbitration.html

право и се отвори прашањето за предностите кои овој процесен механизам ги нуди наспрема државното судење. Врвна институција во Република Македонија која се поотворено го промовира арбитражното решавање на спорите и укажува на предностите на арбитражата е Постојниот избран суд – Арбитража при Стопанската комора на Република Македонија.

Кога се говори за предности на арбитражното наспрема државното судење не постојат воедначени научни критериуми и прецизни докази. Некои процесуалисти се обидуваат таксативно да ги издвојат предностите на арбитражното судење, а други на макро ниво ја промовираат арбитражата како алтернатива на државното судење, особено поради брзината и квалитетот на решавањето на спорите меѓу странките од страна на арбитражите како неутрални субјекти кои странките ги избираат за решавање на индивидуалниот спор. За предностите на арбитражата говорат и некои статистички податоци. Имено, денес 80% од надворешно-трговските спорови се решаваат по пат на арбитража. Од друга страна во некои национални граѓански процесни системи се воведува арбитражната постапка како задолжителна постапка која се води пред државната судска постапка со цел максимална промоција на арбитражата постапка поради големите трошоци кои државното судење ги создава на странките. Арбитражата е особено популарна и во спорите со странски елемент.³

Врз основа на спроведените истражувања во 2007 година во 143 водечки светски корпорации 73% од нив се изјасниле дека ја користат арбитражата. Токму поради ова се поставува прашањето зошто се поотворено се популаризира и промовира арбитражата? Одговорот на ова прашање треба да се бара во предностите на арбитражното судење.

Потребата за фаворизирање на арбитражното во однос на државното судење се базира во следниве предности на арбитражното судење: 1) можноста на странките сами да го определат видот на арбитражниот суд кој ќе ја донесе одлуката, 2) можноста странките да го определат седиштето на арбитражниот суд, 3) изборот на арбитражите од страна на странките, 4) можноста за поедноставно и поеластично определување на материјалното право за суштината на спорот и одредување на процесните правила за водење на постапката, 5) можноста странките да договорат судење по правичност, 6) дискретноста (доверливоста) на арбитражното судење, 7) едностепеноста и брзината на арбитражното судење, 8) неутралноста на арбитражното судење, 9) неформалноста на арбитражното судење, 10) пониските трошоци на арбитражното судење, 11) можноста странките да го изберат јазикот на кој ќе се води постапката и 12) непостоењето пречки за признавање и извршување на арбитражната одлука.⁴

Можноста на странките сами да го определат видот на арбитражниот суд кој ќе ја донесе одлуката е огромна предност на арбитражата бидејќи овозможува странките да определат спорот да го решава некоја светски призната арбитражна институција која е специјализирана за решавање на определен вид спорови. Оваа можност однапред гарантира квалитетно решавање на спорот поради стручноста и компетентноста на арбитражите. Кај државното судско решавање на спорите, странките во никој случај не можат самите да го одберат (предложат) судијата кој треба да постапува и одлучува. Одовде можноста

³Mazirow, A.: *The advantages and disadvantages of arbitrations compared to litigation*, Chicago journal, 2008, pp. 1-8.

⁴Дескоски, Т.: *Авторизирани предавања, Именување и статусна арбитража*. Скопје, Правен факултет, 2009.

странките сами да го определат арбитражниот суд пред кој ќе се води постапката и арбитрите кои ќе ја донесат одлуката е исклучива предност на арбитражното судење.

Можноста странките да го определат седиштето на арбитражниот суд е исто така бенефиција на арбитражното судење затоа што седиштето (местото) на арбитражниот суд е особено важно заради: определување на националната припадност на арбитражната одлука, во постапката за поништување на арбитражните одлуки, за изземање на арбитрите како и затоа што арбитрите мора да водат сметка за процесните правила на државата во која е седиштето на арбитражниот суд. Од друга страна изборот на седиштето на арбитражниот суд од страна на странките е битен затоа што неповолното седиште на арбитражниот суд може да предизвика одолговлекување на постапката, а со самото тоа и зголемување на трошоците на странките во постапката.

Изборот на арбитрите од странките е максимален израз на автономијата на волјата на странките во арбитражната постапка. Ваква можност разбирливо не постои во државното граѓанско судење. Причините за ова треба да се бараат во повеќе насоки: со изборот на арбитерот или арбитрите од странките се избегнува пристрасноста на државното судење, се спречува политичко влијание врз донесување на одлуките и се создаваат услови за побрзо решавање на спорот затоа што арбитрите не се така преоптоварени со предмети како што се државните судии во граѓанските одделенија.

По правило, кај арбитражното решавање на споровите се предвидува можност за поедноставно и поеластично определување на материјалното право како и определување на процедуралните правила за водење на арбитражната постапка. Ова, пред сè, произлегува од фактот што не е сеедно кое право ќе се користи за да се реши конкретниот спор затоа што постојат огромни разлики помеѓу националните законодавства на различни држави во светот.⁵ Кога се решава спорот по пат на арбитража странките можат за меродавно да го определат и правото на некоја конвенција, правото на некоја трета држава или *lex mercatoria* како неутрално право за двете странки.

Доколку странките изречно се согласиле кај арбитражното судење спорот може да се решава и согласно принципот на правичност зашто сè што е законско не мора да биде и правично. Овде во суштина арбитражата дозволува можност за судење без постоење на правни правила.

Дискрецијата или отсуството на јавноста е условно кажано најголемата предност на арбитражата како вонсудски начин на решавање на споровите. За разлика од судската постапка каде во принцип не е исклучена јавноста и судењето е отворено и јавно кај арбитражното постапување рочиштата се затворени, а арбитрите и другите учесници во постапката се должни да ги чуваат како тајна податоците за странките меѓу кои се води постапката. Исто така, одлуките кои ги донесуваат арбитражните судови не се објавуваат во јавноста што не е случај со судските одлуки кои согласно закон мора да се објавуваат.

Познато е дека странките многу ретко во арбитражното судење договараат инстанциона контрола затоа што со тоа би се намалила ефикасноста на арбитражното судење. За разлика од судењето пред државните судови каде постои инстанциона контрола (од втор и/или трет степен со користење на редовни

⁵Redrefen A, and Hunter M.: *Law and practice of international commercial arbitration*. London, Sweet & Maxwell, 2004.

и вонредни правни лекови) кај арбитражната постапка ова не е дозволено, односно арбитражната постапка е едностепена. Ова е сосема разбирливо затоа што ниту еден арбитер не би прифатил да арбитражира конкретен арбитражен спор доколку однапред се остава можност за преиспитување на неговата одлука.

Предност на арбитражното судење е неформалното водење на арбитражната постапка. За разлика од граѓанската постапка која е типична судска формална постапка, арбитражната постапка е неформална зашто странките може да се договорат за местото каде треба да се спроведе арбитражната постапка. Со ова се избегнува можноста за страв или притисок кај странките како кога тие споровите ги решаваат пред државните судови. Во контекст на ова, рочиштата кај арбитражата може да се одржуваат во хотели, одморалишта, летувалишта и не се одржуваат во судските сали.

Арбитражната постапка е и многу поевтина од судската постапка од аспект на самото траење и трошоците за правните лекови (доколку се дозволени). Статистичките податоци покажуваат дека арбитражните постапки траат од четири до десет месеци, а дека само првостепената трговска граѓанска судска постапка во просек трае околу една година. Како последица на долготраењето на судските постапки се зголемуваат и трошоците на странките за адвокати, вештаци и судски такси. Во арбитражата, пак, трошоците се помали и се сведуваат само на награда на арбитрите и реални трошоци зашто арбитрите брзо и ефикасно го решаваат спорот без одолговлекувања. Арбитражниот суд е должен конечно да одлучи за трошоците на арбитражната постапка во својата одлука. Одлучувањето за трошоците за водената и спроведена арбитражна постапка претставуваат вид на процесна активност на арбитражниот суд. Одлука за конечно надоместување на трошоците во арбитражната постапка донесува арбитражниот совет, односно арбитер поединец. Трошоците на арбитражната постапка се: трошоците на арбитражниот суд и трошоците настанати во самата постапка. Трошоците на арбитражниот суд по правило ги сочинуваат: надоместоци за патни и други трошоци на арбитрите, наградите на арбитрите, надоместоци за работата на органите на арбитражниот центар и надоместоци за трошоците на арбитражната институција. Трошоци кои настануваат во текот на арбитражната постапка претставуваат издатоци за преземање на поединечни процесни дејствија. Трошоците настанати во текот на самата постапка можат да бидат најразлични. Во нив спаѓаат: трошоци за изведување на докази (патни трошоци на сведоци и вештаци, трошоци за вештачење и сл.), трошоци за превод, трошоци за одржување на расправа надвор од седиштето на арбитражната институција, трошоци за застапување на странките и давање помош на странци.

Арбитражната постапка нуди поголема предност од судската зашто им отвора можност на странките самите да го определат и јазикот на кој ќе се води постапката. Со ова воедно се намалуваат и трошоците за превод, односно се исклучува потребата да се користат судски толкувачи и преведувачи кои ги имаме во редовното државно правосудство.

Бенефиција на арбитражното судење е и можноста побрзо да се признае и изврши арбитражната одлука во странство наспрема судската одлука во странство. Одлуката која ќе се донесе во арбитражната постапка има ист квалитет како и одлуката која е донесена во граѓанската судска постапка.

Заклучок

Иако предностите на арбитражното судење не се апсолутни, сепак, арбитражата е многу поповолен процесен механизам во однос на државното судење. За ова вистински доказ е фактот што арбитражната постапка е многу поефикасна, поеластична и поевтина од граѓанската судска постапка бидејќи за побрзо време со нејзина помош се остварува граѓанскоправната заштита. Ова посебно е видливо кај т.н. „маратонски парници“. На ова несомнено се надоврзува и фактот дека задоцнетата правда често може да биде и најголема неправда. Оттука, иако не постојат апсолутни предности на арбитражното судење како што и не постојат апсолутни недостатоци на државното судење, сепак, арбитражното судење сè поизразено го истиснува и заменува државното судење. Ова е така затоа што на арбитражата се гледа како на постапка со чија помош во иднина се очекува да се ослободи „дамата на правдата“ заробена во неефикасниот судски систем.

Conclusion

Although the advantages of the arbitration are not absolute, the arbitration as method of dispute resolution is a much more favorable procedural method in relation to a state trial. This statement is proved by the advantages that the arbitration offers to the parties. The arbitration is much more efficient, more flexible and cheaper than civil litigation, because it offers faster legal protection. This is especially evident in the so-called "marathon litigation". This is undoubtedly accompanied by the fact that overdue justice can often be the greatest injustice. Hence, although there are no absolute advantages of an arbitration, as there are no absolute disadvantages of the state trial, the arbitration increasingly extends and replaces the state trial. This is because the arbitration is seen as a procedure which helps the "lady of the justice" to be freed from trapped an ineffective judicial system.

Користена литература

1. Георгиевски, С.: *Граѓанско процесно право*. Скопје, Правен факултет, 2000;
2. Дескоски, Т.: *Авторизирани предавања, Именување и статус на арбитражите*. Скопје, Правен факултет, 2009;
3. Илиевски, М.: *Меѓународно договорно право*. Скопје, Просветно дело, 2007;
4. Јаневски, А., Зороска-Камиловска, Т.: *Потреба за реформи на организацијата на судството во Република Македонија*, Скопје, 2006;
5. Јаневски, А., Дескоски Т.: *Меѓународната трговска арбитража во Р. Македонија*, Деловно право, 15/2006, 247-273;
6. Колиер Џ. Хол., Т. Кембриџ, Л. В.: *Решавање на споровите во меѓународното право*, Скопје,

Просветно дело, 2009;

7. Mazirow, A.: *The advantages and disadvantages of arbitrations compared to litigation*, Chicago journal, 13 April 2008, pp. 1-8.

8. Poudret J. and Besson S.: *Comparative law of international arbitration*. London, Sweet & Maxwell, 2007;

9. Redrefen A, and Hunter M.: *Law and practice of international commercial arbitration*. London, Sweet & Maxwell, 2004;

10. Stanković G. and all. *Arbitražno procesno pravo*. Niš, Udruženje za građansko procesno i arbitražno pravo, 2009;

11. Triva S. IUzelac A.: *Hrvacko arbitražno pravo – Komentar Zakona o arbitraži i drugi izvor hrvatskog arbitražnog prava*. Zagreb: Narodne novine, 2007.

**КОНВЕНЦИЈА ЗА ПРАВАТА НА ДЕТЕТО КАКО ВАЖЕН ДОКУМЕНТ ЗА СПРОВЕДУВАЊЕ
НА МАЛОЛЕТНИЧКА ПРАВДА**

UDC: 342.7-053.2(4):342.91-053.2

*Прегледен труд***М-р Ебру Ибиш***Европски Универзитет Република Македонија***Апстракт**

Конвенцијата за правата на детето како еден од најзначајните документи на Обединети нации и најшироко ратификуван меѓународен документ подлежи на Универзалната декларација за човековите права, Меѓународниот пакт за граѓански и политички права и Меѓународниот пакт за економски социјални и културни права. Конвенцијата настојува да ги штити правата на детето како и да ги унапредува политиките за успешно спроведување на малолетничка правда. Постои еден многу битен момент во врска усогласувањето на термините на Конвенцијата со националната регулатива на Република Македонија, со оглед на наведеното во 2013 година се донесе нов закон од областа на правата на малолетниците, со цел да се постигне хармонизација меѓу термините дојде до промена на името на законот, така од Закон за малолетничка правда кој е веќе вон сила, добивме нов Закон кој гласи: Закон за правата за децата. Главната причина беше усогласување со терминот „дете“ од Конвенцијата наместо „малолетник“. Конвенцијата е составена од три главни дела: материјално-правни одредби, механизми и инструменти за извршување на обврските преземени со потпишување на Конвенцијата од државите членки и третиот дел се состои од процесно-правна природа со вкупно 54 одредби.

Клучни зборови: *Конвенција, дете, малолетник, малолетничка правда, меѓународни документи*

**CONVENTION ON THE RIGHTS OF THE CHILD AS AN IMPORTANT
DOCUMENT FOR THE IMPLEMENTATION OF JUVENILE JUSTICE****Abstract**

The Convention on the Rights of the Child, as one of the most important documents of the United Nations and the most widely ratified international document, is subject to the Universal Declaration of Human Rights, the International Covenant on Civil and Political Rights and the International Covenant on Economic Social and Cultural Rights. The Convention seeks to protect the rights of the child, as well as to promote policies for the successful conduct of juvenile justice. There is a very important moment regarding the harmonization of the terms of the Convention with the national legislation of the Republic of Macedonia, given that the new code in the area

of juvenile rights was adopted in 2013 in order to achieve harmonization between the terms, from the Code on Juvenile Justice which is already out of force, we have received a new Code on the Rights of the Child. The main reason was the alignment with the term "child" of the Convention instead of "juvenile". The Convention is composed of three main acts: substantive legal provisions, mechanisms and instruments for the fulfillment of the obligations undertaken with the signing of the Convention by the States Parties, and the third part consist of a procedural and legal nature with a total of 54 provisions.

Key words: *Convention, child, juvenile, juvenile justice, international documents*

Вовед

Универзалната декларација за човековите права усвоена со резолуција број 217 А (III) на генералното собрание на ООН на 10 Декември 1948 година, ги прокламира основните права на слобода, еднаквост и достоинство на сите човечки суштества, кои со разум и совест во духот на општо човековата припадност треба да се однесуваат меѓу себе, без разлика на расата и бојата, полот, јазикот, религијата, политичко или друго убедување, националното потекло, социјалниот статус или други разлики.¹

Универзалната декларација за човекови права, пред усвојување на Конвенцијата на правата на детето, содржеше одредби за правата на детето. Освен на УДЧП, Конвенцијата за правата на детето подлежи и на: Меѓународниот пакт за граѓански и политички права и Меѓународниот пакт за економски социјални и културни права. Конвенцијата на правата на детето е усвоена на Собранието на Обединетите нации на 20 ноември 1989 година, која стапи во сила наредната 1990 година. Акт од ваква природа првпат бил донесен во 1924 година од страна на Лигата на народите под наслов Женевска декларација за правата на детето. Конвенцијата за правата на детето е најшироко ратификуваниот договор за човекови права во светот, и клучен обврзувачки инструмент кој ги вклучува граѓанските, политичките, економските, социјалните и културните права на децата.²

Денес постојат 194 земји договорни страни, вклучувајќи ги сите земји членки на ОН освен Сомалија и Соединетите Американски Држави. Република Македонија е потписничка на Конвенцијата за правата на детето, и двата нејзини Протоколи: Факултативниот протокол за продажба на деца, детска проституција и детска порнографија и Факултативниот протокол за учество на деца во вооружени конфликти.

Република Македонија ја ратификуваше Конвенцијата за правата на детето на 2 декември 1993 година, а со тоа настојува и да ги вгради битните принципи и правила предвидени во Конвенцијата за правата на детето во националната регулатива.

¹Камбовски, Вlado, Велкова, Татјана "Малолетничка правда", 2 Август Ц-Штип, Скопје, 2008, стр.55

²Давитковски, Борче, Мицковиќ, Дејан, Бужаровска, Гордана, Калајчиев, Гордан, Груевска-Дракулевски, Александра, 2010, "Усогласеноста на домашното законодавство со Конвенцијата за правата на детето" 2009 во рамки на Проектот национален институционален консалтинг за компаративен преглед на македонското законодавство и Конвенцијата за правата на детето, УНИЦЕФ, 2009 година (National institutional consultancy for a comparative review of the Macedonian legislation and the Convention on the Rights of the Child, UNICEF, 2009).

1. Земји кои ја ратификувале Конвенцијата и важноста на одредбите на Конвенцијата за правата на детето

Освен Република Македонија останатите земји што ја ратификувале КПД се следните: Авганистан, Албанија, Алжир, Андора, Ангола, Антигва и Барбуда, Аргентина, Ерменија, Австралија, Австрија, Азербејџан, Бахами, Бахреин, Бангладеш, Барбадос, Белорусија, Белгија, Белизе, Бенин, Бутан, Боливија, Босна и Херцеговина, Боцвана, Бразил, Брунеи Дарусалам, Бугарија, Буркина Фасо, Бурунди, Кабо Верде, Камбоџа, Камерун, Канада Централна Африканска Република, Чад, Чиле, Кина, Колумбија, Коморос, Конго, Кукови Острови, Коста Рика, Брегот на Слоновата Коска, Хрватска, Куба, Кипар, Република Чешка, Демократска Народна Република Кореја, Демократска Република Конго, Данска, Џибути, Доминика, Доминиканска Република, Еквадор, Египет, Ел Салвадор, Екваторска Гвинеја, Еритреја, Естонија, Етиопија, Фиџи, Финска, Франција, Габон, Гамбија, Грузија, Германија, Гана, Грција, Гренада, Гватемала, Гвинеја, Гвинеја-Бисао, Гвајана, Хаити, Светата Столица, Хондурас Унгарија, Исланд, Индија, Индонезија, Иран, Ирак, Ирска, Израел, Италија, Јамајка, Јапонија, Јордан, Казахстан, Кенија, Кирибати, Кувајт, Киргистан, Лао Народна Демократска Република, Летонија, Либан, Лесото, Либериа, Либија, Лихтенштајн, Литванија, Луксембург, Мадагаскар, Малави, Малезија, Малдиви, Мали, Малта, Маршалски Острови, Мавританија, Маврициус, Мексико, Микронезија (Федерални Држави), Монако, Монголија, Црна Гора, Мароко, Мозамбик, Мјанмар, Намибија, Науру, Непал, Холандија, Нов Зеланд, Никарагва, Нигер, Нигерија, Ниуе, Норвешка, Оман, Пакистан, Палау, Панама, Папуа Нова Гвинеја, Парагвај, Перу, Филипини, Полска, Португалија, Катар, Република Кореја, Република Молдавија, Романија, Руската Федерација, Руанда, Самоа, Сан Марино, Сао Томе и Принципе, Саудиска Арабија, Сенегал, Србија, Сејшели, Сиера Леоне, Сингапур, Словачка, Словенија, Соломоновите Острови, Јужна Африка, Шпанија, Шри Ланка, Свети Китс и Невис, Света Лусија, Свети Винсент и Гренадини, Палестина, Судан, Суринам, Свазиленд, Шведска, Швајцарија, Сириска Арапска Република, Тацикистан, Тајланд, Република Македонија, Источен Тимор, Того, Тонга, Тринидад и Тобаго, Тунис, Турција, Туркменистан, Тувалу, Уганда, Украина, Обединетите Арапски Емирати Обединетото Кралство на Велика Британија и Северна Ирска, Обединета Република Танзанија, Уругвај, Узбекистан, Вануату, Венецуела (Боливарска Република), Виетнам, Јемен, Замбија, Зимбабве.³ Така, Конвенцијата за правата на детето поставува универзални стандарди за правата на децата. Но, добрите резултати во поглед на стандардите, се во остра противречност со катастрофалната слика во поглед на имплементацијата. Прегледот на ОН-УНИЦЕФ обелодени дека шансите за преживување на децата во Потсахарска Африка се влошиле и дека глобално, 149 милиони деца и понатаму остануваат ненахранети, додека 100 милиони деца не добиваат формално образование.⁴ Во однос на структурата на Конвенцијата на правата на детето, таа има 54 члена.⁵ Во член 1 е нагласена и дефиницијата на детето на следниот начин: „Детето е човечко суштество кое нема навршено осумнаесет години на животот, ако врз основа на законот кој се однесува

³https://treaties.un.org/Pages/ViewDetails.aspx?mtidsg_no=IV-11&chapter=4&lang=en

⁴Implementation Handbook for the Convention on the Rights of the Child, UNICEF, Geneva\ New York, 2003, стр.235

⁵Конвенција за правата на детето, 1989 (Convention on the rights of the child, 1989)

на детето, полнолетноста не се добива порано“.⁶ Конвенцијата предвидува забрана за насилство кон децата, забрана за злоупотреба на децата, задолжително основно образование, соодветна здравствена заштита, еднаков третман на сите деца без разлика на пол, раса или културна припадност, право да го изразат своето мислење, пристап до култура и уметност.⁷ Конвенцијата е систематизирана во преамбула и три дела со вкупно 54 одредби. Суштинските материјално-правни одредби се поместени во првиот дел, член 1 до член 41; вториот дел се однесува на механизмите и инструментите за извршување на обврските преземени со потпишувањето на Конвенцијата од државите членки; третиот дел се состои од член 46 до член 54, од процесно-правна природа, и се однесува на формалните обврски на државите-членки кон Конвенцијата. Во однос на суштинските одредби на Конвенцијата, државите членки на оваа Конвенција ги почитуваат и ги обезбедуваат правата содржани во Конвенцијата за секое дете под нивна јурисдикција без каква било дискриминација (чл. 2). Државите членки се обврзани да ги преземаат сите мерки за да се обезбеди заштита на детето од сите облици на дискриминација (чл.3). Во врска со економските, социјалните и културните права, државите членки преземаат такви мерки, максимално користејќи ги своите расположливи средства (чл.4). Државите членки признаваат дека секое дете со самото раѓање има право на живот и државите членки во најголема можна мера треба да овозможуваат опстанок и развој на детето (чл. 6). Детето се пријавува веднаш по раѓањето, и има право на име, државјанство и право на грижа (чл. 7). Во преостанатите одредби од првиот дел се работи за: Борба против нелегален трансфер на деца (чл. 11). Слободно мислење и изразување (чл.12). Заедничка одговорност на родителите кон децата (чл. 17). Преземање на административни, социјални и образовни мерки од страна на државите членки поради заштита на детето од сите облици на физичко или ментално насилство, малтретирање, сексуална експлоатација (чл. 19). Статусот на децата бегалци (чл. 22). Целосен и достоинствен живот на ментално заостанато или физички инвалид дете (чл. 23), право на здравствена заштита, медицинска заштита и рехабилитација на децата (чл. 24). Право на детето на заштита од економска експлоатација и работа врз дејности кои можат да бидат опасни или да му го попречуваат образованието на детето или да му штетат на здравјето на детето, односно на неговиот физички, духовен, морален или социјален развој (чл. 32). Заштита на децата од нелегална употреба на опојни дроги и психотропни супстанции (чл. 33). Заштита на детето од сите форми на сексуално искористување и сексуална злоупотреба (чл.34). Преземање на билатерални и мултилатерални мерки од страна на држави членки за спречување на насилно поведување продажба или трговија со деца (чл. 35) Ниедно дете не смее да биде изложено на мачење, нечовечки постапки, понижувачки постапки, смртна казна, доживотна робија без можност на пуштање на слобода (чл. 37-а). Ниедно дете не може да биде лишено од слобода незаконски или самоволно. Апсењето, затворот и притворот предвидено е да се користат како последна можна мерка (чл. 37-б). Секое дете лишено од слобода има право на правна и друга соодветна помош (чл. 37-г). Државите членки се обврзани да ги почитуваат правилата на меѓународно хуманитарно право (чл. 38). Пред да преминеме кон анализирање на одредбите од вториот дел на декларацијата за правата на детето, се поставува прашањето:

⁶<http://www.childrensembassy.org.mk/WBStorage/Files/konvencija%20celosna.pdf>

⁷<http://www.amnestyusa.org/our-work/issues/children-s-rights/convention-on-the-rights-of-the-child-0>

зошто се користи пристап заснован врз правата на детето?⁸ Детските права се човекови права - почитување на човековото достоинство без оглед на возраста; детските права го свртуваат фокусот на внимание кон детето како поединец, и кон децата како група во општеството; детските права се сеопфатни и меѓусебно поврзани - нема слободен говор без забрана на насилство, нема право на образование без соодветен стандард на живеење; детските права се законски права, тие ги разјаснуваат одговорностите и ги сметаат за виновни оние што се одговорни; детските права ги јакнат децата, тие бараат нова култура на интеракција со деца врз основа на нивното признавање како субјекти и носители на права.

2. Механизмите и инструментите за извршување на обврските преземени со потпишувањето на Конвенцијата од државите членки.

Поради разгледување на постигнатиот напредок на државите членки во извршувањето на обврските, преземени врз основа на оваа Конвенција се формира Комитет за правата на детето (чл.43). Државите членки се обврзуваат преку генералниот секретар на ОН, на Комитетот да му поднесуваат извештаи за мерките што ги има усвоено (чл. 44). Со цел ефикасна примена на Конвенцијата, специјализираните агенции како УНИЦЕФ имаат право за присуство на свој претставник при разгледувањето на писмената, на оние одредби од Конвенцијата кои се во нивна надлежност. Третиот дел од Конвенцијата како што погоре напомнавме се однесува на неговото потпишување. Според чл. 46: Оваа Конвенција е отворена за потпишување на сите држави. Секоја држава членка може да предложи амандман и да му го поднесе на генералниот секретар на ОН (чл. 50). Државата членка има право да се откаже од КПД (чл.52). Важно е да констатираме дека во 2000 година генералното собрание на ООН усвои два опциони протокола кон Конвенцијата на правата на детето: *Протокол во врска со инволвирање деца во вооружени конфликти* - Со овој протокол подигната е горната граница на забрана на инволвирање деца во вооружени конфликти од петнаесет на осумнаесет години и забрана за присилно регрутирање деца под таа возраст и *Протокол во врска со трговија со деца, детска проституција и детска порнографија* - Забрана на продажба на деца, детска проституција и порнографија освен тоа уште ред други инкриминации кои треба државите членки да ги имплементираат во националните законодавства, како на пример: трансфер на органи од дете заради профит, нудење и прифаќање на дете со цел сексуална експлоатација итн.

3. Битни статистички податоци и факти околу правата на децата

Регистрирање на раѓања - само 45% од сите деца се запишуваат после раѓањето во текот на нивните први пет години;⁹ *смртност кај децата под петгодишна возраст* - 10,5 милиони деца годишно умираат, често

⁸Бенедек, Волфганг, „Разбирање на човековите права“, Intersentia N.V, Белгија, 2008, стр.225

⁹UNICEF.The United Nations Special Session on Children. A first Anniversary report on Follow-up 2006, стр.34

од причини кои лесно можат да се спречат. (Главни убиствени болести: дијареја, акутни респираторни инфекции, дифтерија, туберкулоза, црна кашлица, сипаници, тетанус); *мајки кои умираат на породување* - глобален просек: 400 смртни случаи на мајки на 100.000 живи породувања. Потсахарска Африка: 940, Јужна Азија: 560; Среден Исток и Северна Африка: 220, Латинска Америка и Кариби: 190, Источна Азија и Пацифик: 140, индустријализирани земји: 13; *ХИВ\СИДА*-се проценува дека во Потсахарска Африка 12,1 милиони деца (0-17 години) останале сираци поради sida, а 1,9 милиони деца (0-14 години) живеат со вирусот ХИВ во истиот регион; *храна*- се проценува дека 150 милиони деца се уште се неисхранети; *сиромаштија*- 1 на секои 6 деца живее под националната линија на сиромаштија во најбогатите земји на светот; *детски труд* - се проценува дека 246 милиони деца на возраст меѓу 5-17 години се вклучени во детски труд. 70% од овие деца работат во опасни услови како на пример: рудници, хемикалии и пестициди во земјоделството и со опасни машини; *образование* - запишување во основно училиште: 82% деца остануваат надвор од училиштето, 53% од нив се девојчиња.¹⁰; *насилство* - секоја година 40 милиони деца на возраст под 15 години се жртви на семејна злоупотреба. 2 милиона девојчиња годишно се во ризик од осакатување на женските полови органи; *трговија со деца* - Во Африка и Југоисточна Азија 400.000 девојчиња и момчиња се погодени годишно. Во целиот свет до 2 милиона деца и жени се предмет на трговија на годишно ниво.¹¹

Заклучок

Примената на Конвенцијата за правата на децата во националното законодавство без сомнение придонесува добри резултати од областа на детските права и малолетничката правда исто така и ефективна примена и во праксата. Таа ги штити основните права на малолетниците, поточно децата, и ги одбегнува строгите начини на санкционирање, повеќе налага кон употреба на алтернативните мерки. Секако од важност е да прикажеме неколку податоци и факти во врска со правата на децата, посебно во одредени региони во светот каде што навистина сериозна бројка на деца се запоставени:

Регистрирање на раѓања: само 45% од сите деца се запишуваат по раѓањето во текот на нивните први пет години;¹² *смртност кај децата под петгодишна возраст*: 10,5 милиони деца годишно умираат, често од причини коишто лесно може да се спречат. (главни убиствени болести: дијареја, акутни респираторни инфекции, дифтерија, туберкулоза, црна кашлица, сипаници, тетанус); *мајки коишто умираат на породување*- глобален просек: 400 смртни случаи на мајки на 100.000 живи породувања. Потсахарска Африка: 940, Јужна Азија: 560; Среден Исток и Северна Африка: 220, Латинска Америка и Кариби: 190, Источна Азија и Пацифик: 140, индустријализирани земји: 13; *ХИВ\СИДА*-се проценува дека во Потсахарска Африка 12,1 милиони деца (0-17 години) останале сираци поради sida, а 1,9 милиони деца

¹⁰<http://www.unicef.org/education/>

¹²UNICEF. The United Nations Special Session on Children. A first Anniversary report on Follow-up 2006, стр.34
172

(0-14години) живеат со вирусот ХИВ во истиот регион; *храна*: се проценува дека 150 милиони деца се уште се неисхранети; *сиромаштија*: 1 на секои 6 деца живее под националната линија на сиромаштија во најбогатите земји на светот; *детски труд*: се проценува дека 246 милиони деца на возраст меѓу 5-17 години се вклучени во детски труд. 70% од овие деца работат во опасни услови како на пример: рудници, хемикалии и пестициди во земјоделството и опасни машини; *образование*- запишување во основно училиште: 82% деца остануваат надвор од училиштето, 53% од нив се девојчиња.¹³; *насилство* - секоја година 40 милиони деца на возраст под 15 години се жртви на семејна злоупотреба. 2 милиони девојчиња годишно се во ризик од осакатување на женските полови органи.¹⁴; *трговија со деца*: во Африка и Југоисточна Азија 400.000 девојчиња и момчиња се погодени годишно. Во целиот свет до 2 милиона деца и жени се предмет на трговија на годишно ниво.¹⁵

Користена литература

1. Бенедек, Волфганг (2008), "Разбирање на човековите права", Intersentia N.V, Белгија.
2. Давитковски, Борче, Мицковиќ, Дејан, Бужаровска, Гордана, Калајчиев, Гордан, Груевска-Дракулевски, Александра, (2010), „Усогласеноста на домашното законодавство со Конвенцијата за правата на детето“ 2009 во рамки на Проектот национален институционален консалтинг за компаративен преглед на македонското законодавство и Конвенцијата за правата на детето, УНИЦЕФ, 2009 година (National institutional consultancy for a comparative review of the Macedonian legislation and the Convention on the Rights of the Child, UNICEF, 2009).
3. Камбовски, Владо, Велкова, Татјана (2008), "Малолетничка правда", 2-ри Август Ц-Штип, Скопје.
4. Конвенција за правата на детето, 1989 (Convention on the rights of the child, 1989)
5. Implementation Handbook for the Convention on the Rights of the Child, UNICEF, (2003) Geneva\ New York.
6. UNICEF. The United Nations Special Session on Children. A first Anniversary report on Follow-up 2006.
7. <https://treaties.un.org>
8. <http://www.childrensembassy.org.mk>
9. <http://www.amnestyusa.org>
10. <http://www.unicef.org>

¹³<http://www.unicef.org/education/>

¹⁴Larousse des Jeunes, Meydan, Istanbul, 1993, стр. 923

CLOTHING AS A UNIQUE SOCIAL AND IDENTITY CODE

UDC: 391.3:7.05

Reviews

Prof.Stojanka Maneva-Chuposka-Jana, Ph.D

European University – Republic of Macedonia

Picture 1: Vivienne Westwood – "Punk does it Better" Spring/Summer 2010 collection



Abstract

The main topic of this paper is the need for a systematic approach and analysis of fashion, clothing and their role and influence in the creation of a cultural identity. The research refers to the analysis of the terms: "fashion code", "social identity code" and "cultural identity". Taking into consideration the importance of the systemic approach to the study of the formation of the cultural identity due to the influence of fashion, a number of definitions occur. They emphasize the word "identity", which, in this research, does not refer to the national identity, yet to the identity created by free choice. This identity is not related to tradition, yet is but a sociological phenomenon that is embraced, created and nurtured, and fashion and clothing do enter this category. Fashion is important and has a great influence on the personal segment of the personality. It can be considered as a metaphor of freedom, as a kind of social identity that assumes certain criteria and special behavior, since, even more so, we tend to adjust our personal relation to objects and events (not only in clothing) to different fashion trends.

Key words: *Fashion, clothes, uniqueness, code, identity, cultural identity.*

Introduction

When discussing about fashion, alongside with its other aspects and meaning, its identity can be analyzed, too; identity that does not refer to the national identity, but the identity by choice. In fact, fashion's role is very important in terms of person's personality, that is, fashion directly affects their social identity. Fashion contains several categories: manner of dressing, fashion style itself, human need for fashion, fashion and fashion changes, fashion and ideology, fashion and artistic styles, fashion and its "seduction strategy", and fashion and the market. Following the rules of fashion, i.e. the "expectations" of the future fashion predictions, nowadays, people adapt to fashion trends by further enhancing their personal fashion identity. "It exists on a particular kind of unmodernity; it exists on the repetition of forms, starting from their death and their concentration as signs one next to each other in a timeless zone. Year after year, fashion skillfully combines what *used to be* with a great deal of freedom. In this way, current *fashion excellence* is created."¹

Clothing's function is to emphasize the personality of the person, their position in society, their status, and character. With the very fact that, nowadays, we are all fashion consumers, we can discuss a person's own expression through the choice of buying clothes. Thus, throughout many decades, we use the opportunity to emphasize our personal identity through the possible combinations and fashion accessories. The unique fashion style as a unique identity code and the personal autonomy of creating the personal identity through fashion and clothing is characteristic for the period from the second half of the twentieth century to the present.

Fashion designers from the second half of the twentieth century were noted for searching for a new fashion and "freedom" that directly influenced many social events: the emergence of the "Fashion Revolution" in the 1960s and 1980s, the appearance of the "avant-garde clothes", the "street style", the "Radical Chic", as well as the "punk fashion" in England led by the British designer Vivian Westwood.

Fashion and identity

Radical Chic

„Radical *Chic*, after all, is only radical in style; in its heart it is part of Society and its traditions“.

Tom Wolfe

In the twentieth century, in the postwar period, worn out dresses bought "second hand" became fashionable in the aristocratic world, when teenagers from aristocratic families used to wear them as part of their style. In 1950, young girls used to prepare clothes sales, and the money was intended to help schools and churches. They wore

¹ Mirna Cvitan – Černelić, Djurdja Bartlett, Ante Tonči Vladislavić, *Moda. Povjest, sociologija i teorija mode*, Školska knjiga, Zagreb, 2002,193.

satin dresses and silk tops from the 1930s and 1940s, challenging the reputation of the American middle class. "The poor dress, and only the rich can afford to really get dressed", used to be their motto expressing their criticism of the materialistic society.

"In the late 1960s and 1970s, second-hand dresses were connected to the countercultural aspirations of an alternative society. It symbolized the rejection of materialism and the utopian desire to avoid the limitations of the consumer capitalism".² In 1974, the writer Tom Wolfe named this type of fashion "Radical Chic", mocking the young aristocrats focused on revolution, and those who expressed this opinion by wearing "poor" clothes.

Picture 2. The writer Tom Wolfe on the front page of the "Newsweek" paper

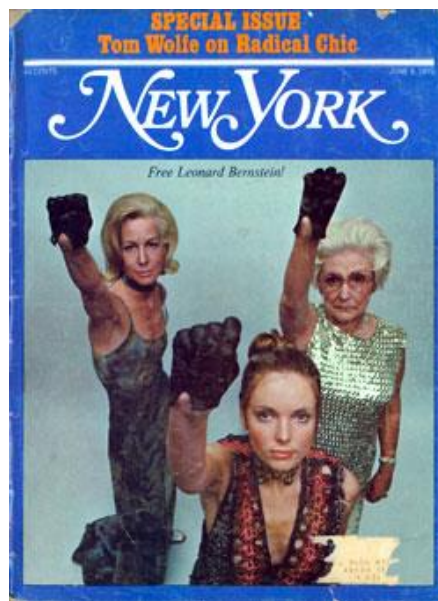


Their connection to the hippies and the counterculture was retro-chic and meant wearing skirts of lower quality, offering an alternative to the customers who either did not want or could not afford expensive designer clothes. For men, this way of dressing meant hedonism as opposed to the strict definition of the tailored suit. In 1967, British pop artist Jann Haworth designed the cover of the album "Sgt. Pepper's" of the English music group "The Beatles", announcing the key moment in the development of the electric hippie style. On the cover, "The Beatles" wear military uniforms as a kind of an announcement of the military clothing of the 1970s, which mocked and criticized the Vietnam War.

"The retro dress abstracts the ones who wore it from the others in society, because of its colorfulness and variegation, allowing young people with limited resources to buy a modern piece of clothing. The clothing could be found wholesale and in retail stores, which were rebuilt throughout Europe from the late 1960s".³ In London, smaller stores with second-hand items, such as the "Serendipits", "Granns Takes a Trip", etc. were opened. The

look was nostalgic and romantic, as a contrast to the high-tech fashion of the 1960s. The clothing's natural materials were appreciated more than the [synthetic](#) materials that dominated the common markets. Old fur coats were worn over 1930s and 1940s crêpe printed dresses. Ancient-style small coats, Victorian scarves, war coats, and 1940s tailored woolen coats were *anachronistically* mixed so a unique look to be created, one that could have never been copied in the larger stores. Designers, of course, tried to imitate these countercultural styles, like, for example, Yves Saint Laurent with his luxurious "Ethno Look", yet they never succeeded in doing so. Fashion, by itself, was "unmodern" in the counterculture.

Picture 3. Tom Wolfe and his radical style propaganda



Punk Fashion

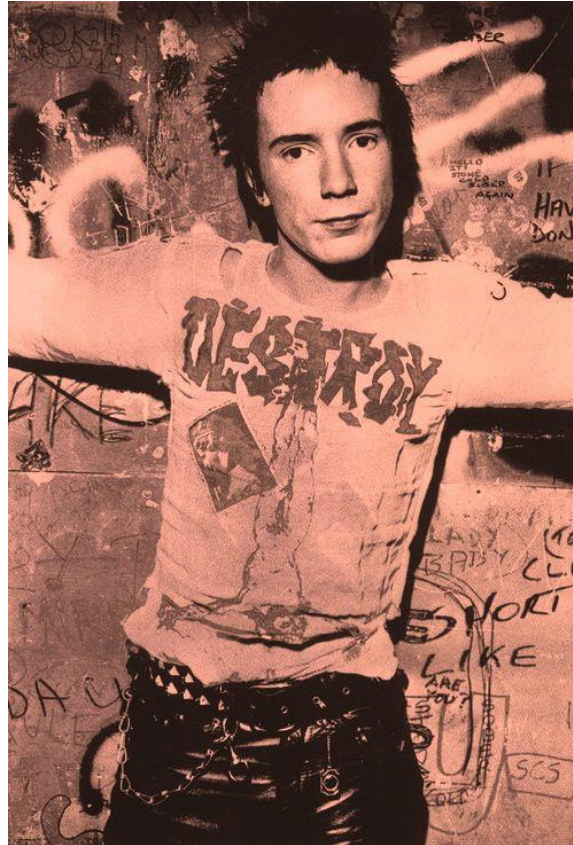
From music to fashion, and from graphic design to politics, punk had a greater impact in the Western popular culture than any other movement after the hippie movement in the 1960s. "In 1976, McLaren launched the punk band, 'Sex Pistols'. 'Sex Pistols' delivered explicit verses that mocked the society divided into classes and wore tattered clothes attached to safe pins bought from the "Seditionaries", a boutique owned by McLaren and Vivienne Westwood".⁴ With its hub in London, punk attracted young teenagers. However, the essence of this movement did not last more than thirty months.

"Do it yourself!" was the punk's motto concerning the production of music and clothing. The creators of this trend were Johnny Rotten and Sid Vicious of the popular band the "Sex Pistols". Later, Jordan, the assistant at the "Seditionaries" store, became a recognizable punk icon glorified in the 1978 film "Jubilee" of the director Derek Jarman. These creative young people have created a new style that strongly depicts the sufferings and the stress of puberty and maturing. The look is based on several segments and messages: revolt against society, highly

⁴ Akiko Fukai (ed.), *Fashion. The Collection of the Kyoto Costume Institute...*, 605.
178

expressed individuality, self-torture, tattered and asexual clothing, violent rejection of beauty and naturalness, and a fresh and shocking look.

Picture 4. Johnny Rotten, the *Sex Pistols* singer

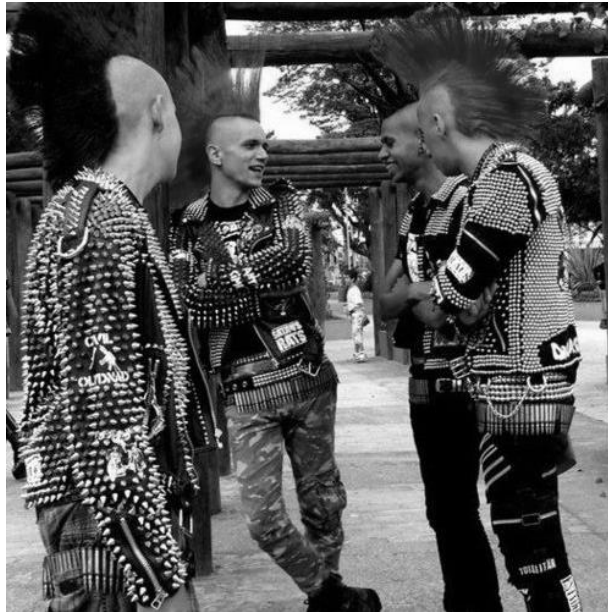


Punkers used to combine certain pieces of clothing, such as tight pants with hippie bell-bottoms together with a semi-tattered school uniform worn from the inside out and joined with safe pins. Punkers and punk fashion expressed their revolt against the established norms wearing decorative elements characteristic to it. The politically unacceptable swastika was en vogue, and, moreover, they used to wear black bin bags with harmless razors, as well as loose black ties as a metaphor of nooses. In fact, they did everything to provoke and upset the others by giving meaning to Nazism, Marxism, betrayal, blasphemy, and sexual perversion. "Unlike previous movements, girls of the punk movement had the same share as boys did. They combined military and sado-sexual clothes with extremely artificial make-up and hairstyles. The look was too eccentric, emphasizing the aforementioned features of the punk style".⁵

Inspired by the teenagers who flooded the "Seditionaries", Vivienne Westwood's fashion studio, she, as a self-taught seamstress, making use of her exceptional creativity, drew inspiration from the famous "ready-made" paintings by Marcel Duchamp. She chose ready-made objects from everyday life and reused them out of their context and application, sewing them on some punk pieces of clothing. At first, the clothes were made of black cotton, and later combined with plaid wool. Punk clothing consisted of masochistic trousers that curved their legs

to the inside, with belts on the knees and a swaying apron covering the back of the body, a parachute shirt with belts attached to ringed chains with a ring in the middle, a shirt or a muslin shirt with punk slogans and curses, a mohair sweater, boots with a lot of chain rings on them, etc. McLaren, relying on his own individual and free behavior, used the ordinary white cotton T-shirt as a public bulletin board to record statements and various comments intended to shock the public.

Picture 5. The punk movement



Punk is the beginning of the powerful link between music and fashion. Vivienne Westwood and Malcolm McLaren successfully merged the two markets, satisfying the needs of the youngsters who wanted fresh and provocative look, a look by the example of their idols and punk icons.

Vivienne Westwood

She was born as Vivienne Isabel Swire in Glossop, Derbyshire, England, on April 8, 1941. In 1971, she opened the "Let It Rock" boutique on King's Road in London, along with her partner Malcolm McLaren, the founder and manager of the punk rock group "Sex Pistols". The name of the boutique changed multiple times over time: "Too fast to live – too young to die" (1972), "Sex" (1974), "Seditionaries" (1977), and "The End of the World" (1980). "Through her tireless study of the European costume and her maniacal attention to details, Westwood found a specific way to use material, through playing and unconventional techniques of cutting the material, often creating unusual shapes and dimensions".⁶

In the mid-1970s, Westwood and Malcolm McLaren were on the front pages of the newspapers with their pornographic style of dressing called "S&M". It was a style with accessories that were aggressive, and that were designed for the London "scene" and the punk music band the "Sex Pistols". In the early 1980s, when punk fashion was already popular and mass, Westwood and McLaren presented their first fashion designs on the catwalks, with a premiere of the 1981 "Pirates" collection, inspired by the seventeenth century. The following year, they presented their "Savages", and, in 1982, in Paris, "Buffalo Girls", followed by the 1982/83 "Pankutura" – collections that were very successful and often copied. The collection called "Buffalo Girls", in smeared colors and accessories such as camouflage, anticipated the "grunge" look of the 1990s.

Picture 6. Vivienne Westwood

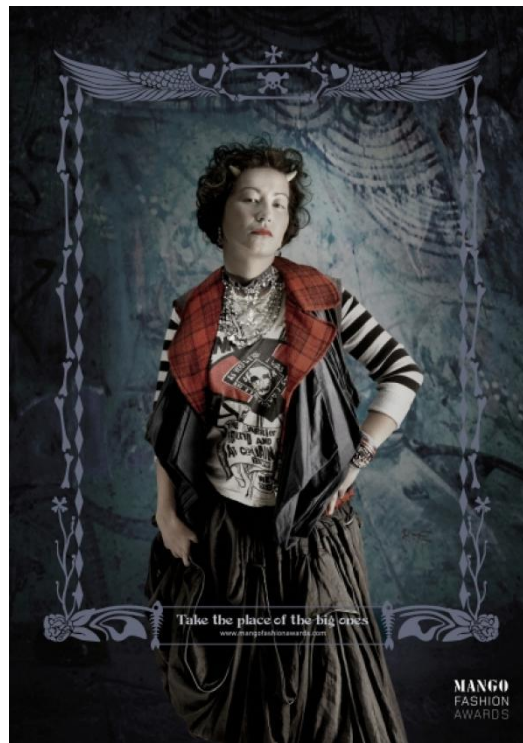


Westwood's sensational solo career began in Paris with her 1983 "Witches" collection, and, over several years, she already reached the top of the fashion world. In 1984, she launched the collection of circular skirts "Mini Crini" featuring cut-out coats and flat shoes, and inspired by the Victorian period. In 1990, she won the Best Designer of the Year award ("CFDA"). In 1992, she was awarded the Order of the British Empire by Queen Elizabeth. In 1993, she designed the costumes for the film titled "Leaving Las Vegas". In 1997, she shot her "Five Centuries Ago" collection, borrowing the composition in the display of the models from several famous paintings and art works. The same year, she promoted the "Anglomania" fashion line, with the English traditional look, denim trousers and casual clothes, multicolored evening dresses made of wool and flat shoes. Nowadays, Westwood presents her fashion lines in Paris, Milan and New York, and owns several shops, as well as sells her own brand of perfumes.

Picture 7. An allegory of Vivienne Westwood's brand the *Gold Label*

Westwood's success is based on her unconventionality, as well as willingness to take risks, accompanied by a high degree of personal ambition and self-discipline. The basis of her artistic creation is a look back. She reviews the techniques of tailor's skills and gets familiar with history in order to create her own creative identity or, as Westwood herself declares: "Creativity comes from technique." Her knowledge of history of clothing and costume, her fascination for certain cultures and their sense of elegance, vivaciousness, potential, eroticism or sexuality indicates her unique design for both women and men. "She invites those wearing her clothing to expand their horizons, to develop their personalities and to adopt playful attitudes towards clothes, as well as to experiment with erotic and sexually provocative looks. Her preferable unique style is the expression of the Rococo period of the eighteenth century, to which she adds wit and irony".⁷

Westwood's fashion style is theatrical and variable, often bordering on bad taste. Her skillful and tendentious designs border on the traditional, vulgar and middle-class taste. The ones who want to wear fashionable clothes of the brand of the "Punk Queen" must be ready to go a step further than their own opinion on fashion and clothing.

Picture 8. Vivienne Westwood's collection for the fashion brand *Mango*

Conclusion

The research on the topic "Clothing as a Recognizable Social Identity Code" draws conclusion that all the decades that are part of the twentieth century should be considered as periods of revolutionary transformation of clothes through several styles that directly influenced the individual, as well as the entire social system, all represented by the examples of the emergence of the avant-garde clothing by the Russian and the Italian futurists, the emergence of the street style, the influence of fine art on the creation of new clothes demonstrated by the pop art, the influence of the radical style of clothing and the most extreme example of the punk movement. In the analysis in this paper, the role of clothing is emphasized through the strong human need for expressing personal freedom and identity by creating new clothes with many symbols, messages and forms that remained credible witnesses of examples achieving their goal through various fashion signatures, having different identities, being more or less extreme, and expressing different fashion "freedoms" and "truths."

References

1. Cvitan – Černelić, Mirna, Bartlett, Djurdja, Vladislavić, Ante Tonči. *Moda. Povjest, sociologija i teorija mode*. Zagreb: Školska knjiga, 2002.
2. Flaker, Aleksander. *Ruska avangarda*. Zagreb: Sveučilišna naklada Liber/Globus, 1984.

3. Fukai, Akiko (ed.). *Fashion. The Collection of the Kyoto Costume Institute. A History from the 18th to the 20th Century*, Köln: Tashen, 2004.
4. Honnef, Klaus. *Pop Art*. Köln, Taschen, 2004.
5. Jones, Terry & Mair, Avril (ed.). *Fashion Now*. Köln: Tashen, 2001.
6. Seeling, Charlotte. *Fashion. The Century of the Designer 1900-1999*. Cologne: Könemann, 1999.
7. Јана Манева-Чупоска ,. *Колекција (авторизирани предавања)*. Скопје: ЕУРМ, 2010.

FROM UNIQUENESS TO MASS PRODUCTION – APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGY IN FASHION INDUSTRY

UDC: 7.048:004.77]:391

Reviews

Marina Kocareva Ranisavljev¹, PhD; Mirjana Reljić, PhD²

¹DTM Belgrade Serbia

²Director of CIS Institute, Belgrade, Serbia,

Abstract

The future of the development of the fashion industry can be seen from several aspects. First of all, through the use of computer systems and digitization. This is confirmed by the analysis of the innovative procedures and strategies in all segments of the fashion industry: design, management and marketing. On the one hand, emphasis is on industrialization, automation and mapping, and, on the other, on conceptual design and experimental fashion, as a field of future research in the context of the sociological, psychological, physiological and political issues of the humankind.

The paper examines new methods in the creation and manufacture of garments – using CAM / CAD computer systems and experimental procedures with the aim of adapting unique models to serial production. Also, the focus is on deconstruction and on the tendency of re-examining established canons within fashion practice itself and the fashion system, too.

This paper, through interdisciplinarity and synthesis of new materials, new technologies and designs, including the commercial aspect, reveals new ways and methods, and, finally, concludes that the concept and the design quality in every aspect is of crucial importance for future research and the progress of fashion industry.

Key words: Fashion, deconstruction, digital pattern design, production, fashion industry.

INTRODUCTION

The development of the technological production system in the fashion industry has sparked significant changes in the field of global industrial automatisation. Intensive investment in the production system and automatisation enables long-term existence of production bases and competitive edge of the products themselves. Product design/development, sales/marketing, production and delivery constitute the four main steps in the supply chain of items of clothing and areas in which digital technologies can develop. The use of 3D tools in product design and development has allowed virtual creation of 3D models, as well as automatic conversion into 2D traditional production methods. Digitalisation in body scanning and virtual presentation of clothing models, which also includes simulation of the fabric properties, enable digital monitoring of the construction development process and obviates the need for physical samples. In the fields of distribution and marketing, digital

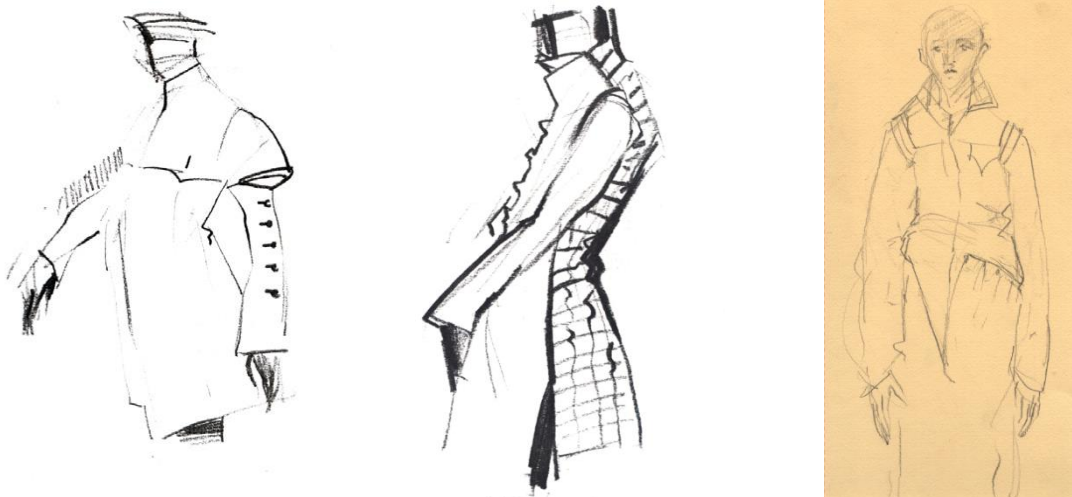
technologies enable presentation of concepts and projections, as well as detailed presentation of product's shape and performances.

The paper presents the idea of linking up experimental/analytical design and industrial production system, that is, the preparation of unique models for industrial production processes and automatisisation. For that purpose, the 28046 model code is chosen – transposition of the elements of an officer's uniform coat into a women's coat.

The research starts from minor transformations in the pattern and elements of men's military coat and its transposition into a women's clothing item based on the *cross-dressing principle*.

The experimental part of the research, through realisation of various projects, reveals a deconstructivist approach to fashion design and a tendency towards rethinking the established rules within the fashion industry and the fashion system. Standardisation and multiplication, being the forms of industrialisation, are surpassed by the deconstruction process itself, namely, through permutation of signs and meanings. A migration from standard towards post-modern forms can be seen in the resemantification and the deconstruction of the military uniform. By incorporating high-technologies, applying new materials, using conceptual approach to design and fashion presentation, new research areas and methods are being discovered.

Fig.1 Marina K. Ranisavljev, preliminary sketches of ready models, 2011



1. DECONSTRUCTION – THE PROCESS OF ANALYTICAL CREATION

Deconstruction, as a philosophical practice, has spread its influence far beyond the borders of philosophy and academic speculation. Since its early popularisation, in the 1960s, deconstruction has traversed different soils, from literature to cinema, from architecture to all areas of design. Even before the word "deconstruction"

began to circulate in the fashion landscape, it became clear that some designers had already reacted and measured themselves against the parameters that, at the time, were the dominating fashion. In the early 1980s, a new generation of avant-garde designers made its appearance on the fashion scenario to be soon considered a kind of a "threat" to the existing fashion system (Loscialpo, 2009). Influenced by the minimalism of their own art and culture, designers Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto, Issey Miyake and, later in the decade, the Belgian Martin Margiela, pioneered what can legitimately be considered a fashion revolution. By practicing deconstruction, such designers completely broke down the mechanics of the clothing structure and disinterred new mechanisms of fascinations of this "threatening" fashion (Sudić, 1990). Just like in philosophy or architecture, deconstruction principle was meant to create new construction, introduce new meanings and question the traditional understanding of what goes under and what goes over, what goes in front and what goes at the back, what is invisible and what is just hidden from the eye. To achieve that, they had to question and rearrange the parameters prescribing what should be on the top and the bottom of the fashion ladder, which has brought about overt resistance of unlike-minded people.

As recalled by fashion experts, 1981 is the year in which both Yamamoto and Kawakubo showed, for the first time, their collections in Paris. Their appearance forced the representatives of the world's press to re-examine their consciences (Baudot, 1997). Rejecting every cliched notion of what glamour should be, or how the fashionable silhouette should look like, they, in fact, disclosed a new approach to clothing in the post-industrial, late 20th century society.

By practicing deconstruction, for more than two decades, designers have been challenging the boundaries that have been defining the fashion industry to date. Actually, their work is a reaction and critical response to traditional tailoring methods. What deconstruction fashion tends to show is how absence, dislocation, and reproduction affect the relationship between an individual body and an established idealisation of it. Significantly, in the early 1980s, the work of the deconstructivist designers was considered a direct attack on Western ideas of body shaping. Their designs, apparently shapeless, were radically unfamiliar. However, such a new "shapeless" shape subtly threatened the parameters prescribing the exaggerated silhouette of the mainstream fashion of the times (Wilson, 1985). Deconstruction fashion challenged the traditional oppositions between the "subject" and the "object", the inside and the outside. It finally showed that the subjectivity is not a datum, but, rather, is continuously articulated through time and space, according to different myths, needs, affirmations, or just, oblivion.

The fashion deconstruction principle has resided not only in disrupting the structure of a specific garment, in the renunciation of the finish, in working through subtractions, multiplications or displacements, but, also, and above all, in rethinking the function and the meaning of the garment itself. Thus, the deconstruction process has inaugurated a fertile reflection that questioned the relationship between the body and the garment, as well as the concept of the "body" itself. The unrestrained freedom in the decomposition of the elements in the creation of new forms always opens up new horizons (Kocareva Ranisavljev, 2012).

2. THE USE OF COMPUTER SYSTEMS

Three-dimensional computer design has become one of the most significant elements in the fashion industry. It is so hard to find a design process not aided by the CAD systems in the traditional production processes used in mechanical engineering, aviation and water resources management, that many engineers consider it an indispensable part of every process (Lee, 1999). Of course, this trend is adopted in the fashion industry as well. However, the 2D CAD systems still prevail and 3D clothing design is difficult. This is partly due to the fact there are some difficulties in the mathematical modelling of the fabrics. However, even bigger problem poses the fact that designers and persons engaged in sample production do not consider the CAD method better than the conventional drafting method (Stjepanović, 1995; Aldrich, 1992). Although this phenomenon was recurrent during the initial stage of developing other uses of the CAD systems, it has proved to be even more serious and inherent in the fashion industry since the product quality assessment is more dependent on the personal aesthetic feeling than optimal physical performance. There are clothing items, such as tight underwear or protective apparel, that, in terms of function, need more than just aesthetics, so the CAD systems will be a powerful tool in their production and design.

There are two basic methods for making samples in the conventional clothing design. The first one is a flat sample process where samples are designed in 2D, and the second one is 3D draping, when a flat fabric is directly formed into a clothing item on a mannequin. Although it is more difficult to obtain samples from the second method, it is more suitable for creating well fitting samples, so various research have centered around it. In that case, if a clothing has undeveloped patches, cut lines called gussets are necessary. McCartney *et al* tried to create 3D surfaces with gussets and to apply those techniques in sample making (McCartney *et al.*, 1999; Collier&Collier, 1990; Heisey *et al.*, 1990b). However, in that case all the data from the 3D human model could not be obtained, which rendered creation of practical clothing samples difficult. Owing to the development of technology for measuring the human body shape without contact, data from 3D human bodies have become available in recent years and many studies on the subject have been conducted (McCartney *et al.*, 2000; Daanen&Water, 1998; Au&Yuen, 1999; Paquette, 1996). Kim *et al* tried to create clothing samples by combining data from a 3D human and garment model. They have also developed a system for interactive sample design by means of a body model whose parameters could be modified according to the data obtained by 3D body scanning (Kim&Park, 2004; Kim&Kang, 2002). However, making an ideal clothing shape by these methods has proved to be difficult, much more difficult than the basic samples. In this study, clothing is divided into two segments: the well-fitted clothing segment and the fashion segment. The well-fitted clothing segment is modelled by digitalisation of the data obtained from human body scanning, so that an optimal fit and an ideal clothing shape can be obtained. The well-fitted clothing segment can be remodelled and its size can be changed by means of basic anthropometric parameters, so well-fitted clothing segments of different sizes can be modelled based on the data taken from one body scan. The fashion segment is modelled by parameters prescribing the clothing aesthetics so users can intuitively design clothing items with various silhouettes. Finally, an algorithm of a flat

sample projection is developed for making flat sample pieces from a 3D modelled garment by taking into account physical properties and fabric productivity.

3. EXPERIMENTAL PART: CONSTRUCTIONAL PREPARATION OF 28046 MODEL: MEN'S UNIFORM COAT

The constructional preparation process of a model was performed on the *Lectra* computer system, and cutting parts were processed in the *Modaris* and *Diamino* programmes. *Modaris* was used to support the construction and model and finish the patterns, whereas *Diamino* was used to fit the cutting patterns in.

All three models were modelled with bust measurement of 88 cm, according to the SRPS EN 13402-3: 2007 standard. In respect of modelling cutting parts of shirt models 26217 and 26218, basic construction of a women's shirt was used, whereas basic construction of a women's coat was used for the coat model. The applied methods enabled fast modelling of desired form and high precision in design.

Picture 2. Open pattern and reconstruction of a basic model of uniform coat.



Source: Kocareva Ranisavljev, M. Exhibition in the Museum of Applied Arts, Belgrad

Picture 3. Transposed forms of a uniform coat in paper.



Source: Kocareva Ranisavljev, M. (2010)

Picture 4. On the left – technical sketches of the 28046 model; transposed model of a uniform coat.

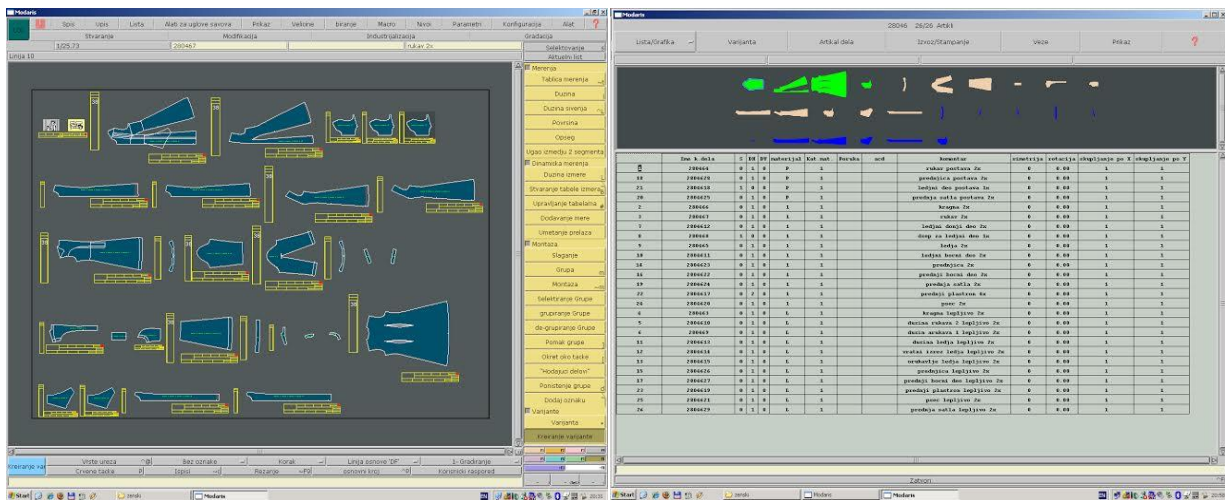
Picture 4. On the right – technical sketches of the model: transposed model of a uniform coat (subtype b).



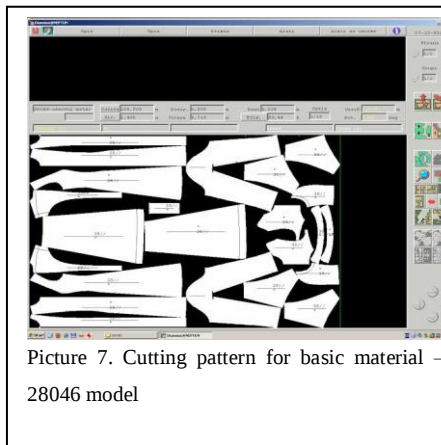
Source: Kocareva Ranisavljev, M. (2014)

Picture 5 (28046 model) shows modelling of all cutting parts of a coat and creation of a subtype. Picture 6 (model description) shows a model subtype which contains all corresponding cutting parts with their definitions i.e. symmetry and asymmetry in the pattern. Other pictures (Pic. 7, Pic. 8, and Pic. 9) show cutting patterns of a basic material, lining and adhesive interlining.

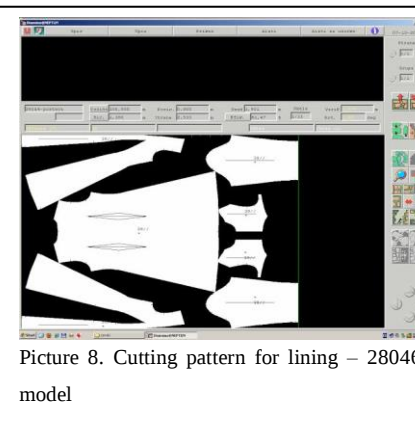
Picture 5. Modelling the pattern of a women's coat – 28046 model.



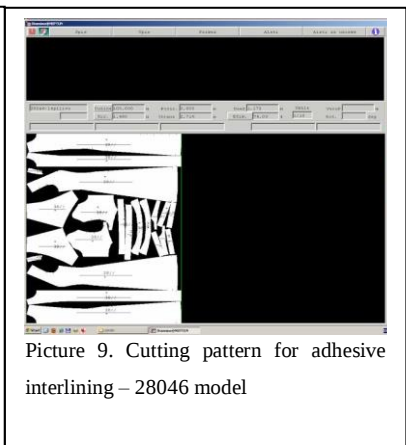
Picture 6. The list of all cutting parts and completing the necessary number of cutting parts – 28046 model.



Picture 7. Cutting pattern for basic material – 28046 model



Picture 8. Cutting pattern for lining – 28046 model



Picture 9. Cutting pattern for adhesive interlining – 28046 model

4. 3D VIRTUAL MODEL: PATTERN DEVELOPMENT BY 2D APPLICATION

A modern specialised CAD/CAM programme package *Optitex* (PDS) for design, construction and production preparation in the fashion industry was used for 3D simulation of 26218 model. Regarding simulation, the work principle involves usage of authentic digitalised cut parts used for the creation of a specific clothing item, in this case, a coat transposed from a military uniform, namely, a uniform coat.

In the case, authentication and validation of an already manufactured clothing item has been performed. However, the process can also start from the authentic design. The task of the programme is virtual sewing of 2D real manufacturing cutting parts of a clothing item into a virtual 3D clothing item. In the simulation process, various parameters for calculations are entered into the programme, some of the most important being body measurements of a virtual fashion model and physical characteristics of a fabric chosen for the creation of an item, such as material type, elasticity and extensibility, bending property, friction coefficient, weight, thickness,

compactness, and transparency. Similar parameters are also established for thread, buttons and other elements necessary for the calculation of simulation.

After determining the needed parameters, cutting parts are positioned and adjusted relatively to their position on the clothing item. For a more credible illustration, different types of texture and elements of an item can be applied on a model. Upon entering all necessary parameters, the simulation process starts, and the programme algorithm begins to apply entered parameters factoring in virtual gravity force in order to provide as real as possible virtual realisation of the model. The simulation is completed after a few minutes when a visual inspection, adjustments and modifications to the model can be done. The model itself can be taken from the programme and transferred into different standard graphics and 3D formats, thus enabling discussion and exchange of ideas or preparation of marketing activities.

CONCLUSION

A comparative analysis of commercial and experimental fashion in contemporary production and consumption systems reveals a new direction for the development of the fashion industry and the change in the basic concept of fashion.

In response to the question of which technology is expected to provoke a revolution in the fashion industry globally and in what way, the answer is quite complicated. The focus is primarily on those technologies that enable the product to maintain its digital identity at an enviable level, including the distribution of products. The fact is that the Internet as a global network represents an important means of communication, delivering vital information about the product on a global scale.

The experimental part of this research uses a practical example to illustrate how an idea/concept can be turned into a real marketable product, that is, how a unique item of clothing can be transposed into a mass production item by applying up-to-date (engineering) digital technologies in the fashion industry and design. To this aim, the practical part of the research starts from a preliminary sketch and artistic illustration of projects which also involve different modes of fashion display (exhibitions, fashion performances, fashion shows) with a focus on concept and context, and arrives at a commercial marketable product adjusted to a *pret-a-porter* and mass produced clothes by means of digital technologies and computer systems. The application of digitalisation, the CAM/CAD computer systems in design and production processes, including 3D animation and virtual design presentation, enable easy and fast conversion of ideas, shapes and material into a marketable product that can be virtually presented, adjusted and promoted before being manufactured.

Through interdisciplinary approach and synthesis of new materials, technologies and design, commercial aspect being included as well, the research reveals new ways and methods and reaches the conclusion that design concept and quality are crucial for future research and advances in the creative work.

REFERENCES

1. Aldrich, W. (1992), *CAD in Clothing and Textiles*, Oxford BSP Professional Books, London.
2. Au, C. and Yuen M. (1999), "Feature-based reverse engineering of mannequin for garment desing", *Computer-Aided Design*, Vol.15, No. 1, pp.751-9.
3. Baudot, François, *Yohji Yamamoto*, London, 1997.
4. Collier, B. and Collier, J. (1990), "CAD/CAM in the textile and apparel industry" *Clothing Textile Research Journal*, Vol. 8 No. 3, pp.7-12.
5. Daanen H. and Water, G. (1998), "Whole body scanners", *Displays*, Vol. 19 No. 3, pp.111-20.
6. Guerrero, Jose Antonio, *New Fashion and Design Technologies*, Barselona, 2009.
7. Heisey, F., Brown, P. and Johnson, R. (1990a), "Three-dimensional pattern drafting, part 1: projection", *Textile Research Journal*, Vol. 60 No. 11, pp.690-6.
8. Heisey, F., Brown, P. and Johnson, R. (1990b), "Three-dimensional pattern drafting, part 2: garment modeling", *Textile Research Journal*, Vol. 60 No. 12, pp.731-7.
9. <http://www.congnghemay.info/2013/07/lectra-modaris-3d-fit/> (10.01.2015. godine)
10. Kim, S. and Kang, T. (2002), "Garment pattern generation from body scan data," *Computer-Aided Design* Vol. 35, pp. 611-8.
11. Kim, S. and Park, C. (2004), "Parametric body model generation for garment drape simulation" *Fibers and Polymers*, Vol. 5 No. 1, pp. 12-18.
12. Kocareva Ranisavljev, Marina, *Moda i dekonstrukcija*, Beograd, 2012.
13. Kocareva Ranisavljev, Marina, *Moda i odevanje*, Beograd, 2011.
14. Lee, K. (1999), *Principles of CAD/CAM/CAE Systems*, Addison-Wesley, Reading, MA.
15. Loscialpo, Flavia, *Fashion and Philosophical Deconstruction: a Fashion In-Deconstruction*, Oxford, 2009.
16. McCartney, J., Hinds, B. and Seow, B. (1999), "The flattening of triangulated surfaces incorporating darts and gussets", *Computer-Aided Design*, Vol. 31, No. 4, pp. 249-60.
17. McCartney, J., Hinds, B. Seow, B. and Dong, G. (2000), "An energy based model for the flattening of woven fabrics", *Journal of Materials Processing Technology*, Vol. 107, No 1, pp. 312-8.
18. Paquette, S. (1996), "3D scanning in apparel design and human engineering", *IEEE Computer Graphics and Applications*, Vol. 16, No. 5, pp. 11-15.
19. Stjepanovic, Z. (1995), "Computer-aided processes in garment production", *International Journal of Clothing Science & Technology*, Vol. 7 No. 2, pp. 81-8.
20. Sudic, Deyan, *Rei Kawakubo and Comme des Garcons*, London, 1990.
21. Wang. C.C.L., Wang, Y., Tang, K and Yuen, M.M.F. (2004), "Reduce the stretch in surface flattening by finding cutting paths to the surface boundary", *Computer Aided design*, Vol.30, pp.665-77
22. Wilson, Elizabeth, *Adorned in Dreams*, London, 1985.

КВАНТНАТА ФИЗИКА - ПРЕДИЗВИК ЗА СОВРЕМЕН ЛИКОВЕН ИЗРАЗ

UDC: 7:530.145

*Прегледен труд***Доц. м - р Благојче Наумоски***Европски Универзитет – Република Македонија, Скопје*

Апстракт

Теоријата на организираниот хаос и теоријата на релативноста на почетокот на 20 век го отворија универзумот на квантната физика и го уништија картезиски-њутоновит состав. Денес технологијата ни овозможи да ги декодираме фреквенциите над досегашните наши сетила, како нашите мерила се погодени од магнетски и електромагнетски полиња и гравитација. Сега ни е потребно како да ја предвидиме уметноста и да осигуриме структура за други да изградат свои идеи и модели на стварноста. Формата ја следи функцијата - било основа на начелото на модернизмот. И иако живееме во постмодерно време, лекциите кои ги подучуваат модернистите се сè уште релевантни. Не се работи за стил и функционалност, во прашање е основната заедничка природа на науката и уметноста.

Клучни зборови: *теорија на организиран хаос, теорија на релативност, фреквенции, уметност и технологија.*

QUANTUM PHYSICS – CHALLENGE FOR A MODERN ART EXPRESSION

Abstract

The organised chaos theory and the theory of relativity in the early 20th century opened the Universe for quantum physics and destroyed the Cartesian/Newtonian paradigm. Today, the technology has enabled us to decode frequencies above our hitherto senses, how our measures are affected by electromagnetic fields and gravity. We now need to predict art and provide a structure in order that others build their ideas and models of reality. The form follows the function – was the basis of the principle of modernism. And, in spite of our living in the post-modern era, the lessons taught by the modernists are still relevant. It is not the issue of the style and functionality; it is the issue of the basic common nature of science and art.

Key words: *organised chaos theory and the theory of relativity, frequencies, art and technology.*

Вовед

Постмодернизмот е поим кој се обидува да вклучи нов начин на давање смисла на светот. Тој ја отфрла привилегираната положба на типично модерните правци и го насочува вниманието врз разновидноста на стиловите. Покренат е недостиг на еднообразност и културна центрираност. Нагласокот е ставен врз различностите и промените. Наместо естетското постмодернизмот го почитува инстинктивното. Акцентот е врз играта, а не врз правилата. Веќе во постмодернистичкото време се препознаваат ситуации во кои западниот поглед на светот е непримерен. Цивилизацијата е потопена во новиот состав на вреднување. Причините за тоа се пред се во современите физички, филозовски и технолошки познавања. Имено, отворена е нова можност на перципирање на околината и на себе: пронаоѓање физичко- филозовски принцип на детерминација. Во ликовната уметност тоа отворено се отсликува врз постапувањето со набљудувачите. Придавањето на важноста на влијанието и меѓусебната интеракција помеѓу набљудувачот и набљудуваното се развиваат поинакви сознанија за нашата перцепција, за сознанието на околината, за себе и целината.

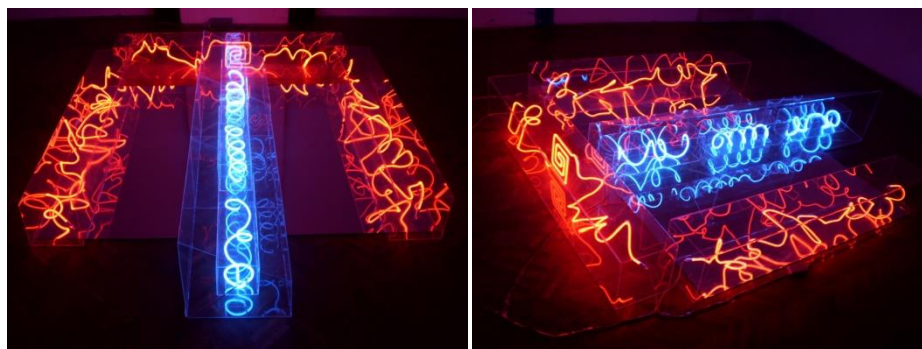
1. Современите предизвици во науката и уметноста

Теоријата на организираниот хаос и теоријата на релативноста на почетокот на XX век го отворија универзумот на квантната физика и го уништија картезиски-њутоновите состав. Новите сфаќања се на удар и на верата и на науката. Новите научни создавања започнале промени во перцепцијата: од физичките познавања спрема создавањата на фреквентните промени на текот на нештата. Промените ја докажале релативистичката вистина во науката и нејзините последици покрај кои се одредувани традиционалните концепти и теории. Енергијата е универзален концепт. Некои ја чувствуваат енергијата како врска со друго човечко битие, некои енергии ги согледуваме како осветлувања или жештина на сонцето. Енергијата ја достигнува онаа страна на мислите која се наоѓа во поголемите нивоа на внатрешното искуство.¹

Како ликовен уметник низ процесот на скицирање и низ експериментирање со различни материјали, дојдов до релевантни медиуми за изразување на мојот проект „Визуелноста на просторноста на квантумот“ (изложен во Музејот на современа уметност – Скопје 2009 год).

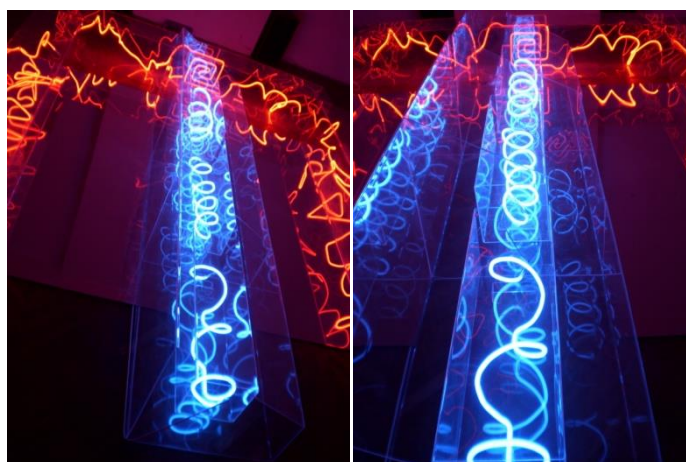
¹ <http://www.nccsc.net/essays/quantum-theory-and-arts> (15.Jan. 2019)

Графикон 1: Благојче Наумоски, Визуелноста на просторноста на квантумот 2009



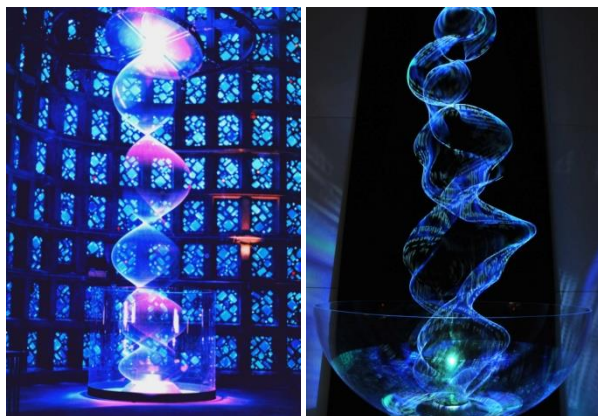
Во тој проект се занимавав со проблемот на просторот и времето каде што тој најтесно е поврзан со решението на основното прашање на филозофијата: субјективно-идеалистичкото решение на ова прашање имплицира негирање на објективната реалност на движењето, просторот и времето, нивно одвојување од материјата и третирање како субјективни форми и производи на сознанието. Како што секој елемент, секоја материја има своја енергија, која во контакт со друг елемент, друга материја или се соединува или се одбива, така во мојата претстава на една илузија на простор во простор има изградени системи на елементи кои мораат да поседуваат оптимална синтеза помеѓу функционалните специјализации на енергијата на елементите и функционалните интеграции на дадениот систем во размената на енергиите.

Графикон 2: Благојче Наумоски, Визуелноста на просторноста на квантумот 2009



Исто така дел од скулпторите комбинираат модели на естетски драматични ефекти со функционална збирка на енергии. Дел од тие автори користат топли води за визуелни ефекти како што се „Магли“ или функционални за греење на базени, стакленици и други услуги на побарување, а други користат кромастробично светло на пример: Пол Фридландер користи физичко-вајарски верзии на некој динамички состав во 3Д-простор или комплексни честички симулации, тип кој се појавува како одржување на плинска пареа.

Графикон 3: Paul Friedlander 'Dark Matter' 1998, The New York Hall of Science

Source: <http://www.paulfriedlander.com/>

Со „Вртливите гудачки светлосни скулптури“ тој пронајде многу блиска врска со концептот на експеримент во физиката, каде што открива нова физичка појава, со што навистина ме натера да размислувам за тоа да воведам поинаков пристап кон проблемот на енергија. Во текот на моето истражување за проблемот на енергија, простор-време, простор во даден простор, наидов на интересни размислувања и решенија на уметниците од „Енергетското уметничко движење (Energy Art)“.²

Забележливо е дека тие се за промената на далечната важност од одделните работи а исто така спрема невидливите стварности во кои се сместени. Фокусот на енергичната уметност (Energy Art) е на живоста, каде што динамичниот тек појавувал облици место нешта во изолации.

Научните теории (или модели) можеби не наликуваат на уметнички дела, но се човечки творби во паметот и се изложени на силни чувства внатре во научната заедница. Користењето на науката од страна на уметниците, мислам дека е чекор во правец на здобивање повеќе сила за уметниците. Целта на науката е да објаснува и да нуди разбирање, но науката е многу повеќе од сув процес на разумот, таа повторно се повеќе и повеќе не зачудува и ги трансформира нашите животи. За уметноста се фрлаат повеќе светла на човечката состојба а тоа ќе се постигне со комбинација на страст и разум ... иако можеби причината се сокрива далеку во победеното уметничко дело.

Заклучок

Уметноста не е игра без правила, но секогаш можеме да ја модифицираме или да предложиме друга во текот на процесот на интерпретација. Правилата на уметничката игра во таа смисла се бескрајно променливи. Новите сфаќања се на удар и на верата и на науката. Во прашање е сигурноста на знаењето и умот како почитувани ентитети покрај кои сме ја опишувале реалноста во изминативе неколку векови, а исто така и верата, но не како личен одраз, туку веќе како организирана институција. Промените ја

² <http://www.energyartmovement.org/> (15.Jan. 2019)

докажале релативистичката вистина во науката и нејзините последици покрај кои се одредувани традиционалните концепти и теории. Идејата за преминот и променливоста на се како и чинот на уметничките артефакти овде и сега, перципирањето на трудовите ме постави на подрачјето на евокација на енергија. Усогласување се наоѓа во фактот дека материјата е само еден вид енергија. Нашите претстави за просторот и времето заземаат истакнато место за нашата скица за стварноста. Тие служат за подредување на предметите и настаните во нашата околина и имаат незаобиколна важност не само во нашиот секојдневен живот туку и во нашите обиди да ја разбереме природата со помош на науката и филозофијата.

Conclusion

Art is not a game without rules, yet we can always modify or suggest another game in the process of interpretation. The rules of art game in this sense are infinitely variable. These new conceptions found themselves under attacks by religion and science. It is the matter of reliability of knowledge and mind as respected entities beside which we described the reality in the past few centuries, and of religion as well, but not as personal reflection rather than more like an already organized institution. The changes proved relativistic truth in the science and its consequences beside which traditional concepts and theories were established. The notion of transition and variableness of everything together with the act of artist's artefacts here and now, and perception of works, have placed me in the zone of energy evocation. Reconciliation is found in the fact that the matter is only a kind of energy. Our representations regarding space and time capture a prominent place in our sketch of reality. They serve for assorting the items and events in our surroundings and have unavoidable significance, not only in our everyday life but in our efforts to understand nature through science and philosophy.

Користена литература

1. Fritjof Capra, *The Tao of Physics: An Exploration of the Parallels Between Modern Physics and Eastern Mysticism*, 1975 .
2. Tan Sandy, *On the couch with Art vs Science*, 2010.
3. Timothy Richard, *The Awakening of Faith of Ashvagosha*, 1907.
4. Eli Siegel, *The Right of Aesthetic Realism to Be Known*, number 802, August 17, 1988.

ОБРАБОТКА И АНАЛИЗА НА РАЗУЗНАВАЧКИ ПОДАТОЦИ

UDC: 355.40:001.103

Прегледен труд

Доц. д-р Александар Нацев

Европски Универзитет – Република Македонија

Апстракт

Без разлика на изворите на податоци и методите за прибирање податоци кои се употребени, прибраните податоци мора внимателно да бидат обработени пред да се искористат за изработката на конечната информација. Методите кои ќе се употребат за обработката на податоците може да варираат во зависност од карактеристиките на податоците, но нивна заедничка цел е да ги подготват тие податоци во форма која ќе може да биде употреблива за аналитичарите. Во состав на оваа фаза се прави конверзија на суровите податоци во форма која ќе биде соодветна за понатамошна обработка, која, на пример, може да вклучува развивање и интерпретација на сателитски податоци, обработка на снимките добиени со употребата на високософистицирани технички средства, преведување текстови и прилози добиени од странски медиуми, декриптирање на криптирани пораки, транскрипт од аудиоснимка и сл.

Клучни зборови: *податок, информација, обработка, евалуација, анализа*

PROCESSING AND ANALYSIS OF INTELLIGENCE

Abstract

Regardless of the sources and methods used for gathering the data, this data has to be thoroughly processed before being used for the production of intelligence products. The methods which are going to be used for the processing of the data can vary depending from the characteristics of the data, but their shared objective is to prepare that data in a form which can be useful for the analysts. During this stage, raw data is converted into something which can be used for further processing, which for example, can include the development and interpretation of satellite data, processing of the files acquired by the use of highly sophisticated technical means, translation of articles and recordings from foreign media, decryption of encrypted data, or transcripts from audio files etc.

Keywords: *data, intelligence, processing, evaluation, analysis*

Вовед

Без разлика на изворите на податоци и методите за прибирање податоци кои се употребени, прибраните податоци мора внимателно да бидат обработени пред да се искористат за изработката на конечната информација. Овој процес вклучува употреба на различни постапки што треба да се преземат пред да се почне со анализа на податоците и врши нивно подредување. Некои од тие постапки се следниве:

- проценување на релевантноста на податокот во однос на предметот на интерес;
- оценување на веродостојноста на изворот и на податокот;
- подредување на податоците според нивната содржина во однос на предметот на интерес;
- одредување на меѓусебните врски на податоците;
- споредување на податоците кои се однесуваат на ист аспект од предметот на интерес, а се добиени од различни извори;
- проценување на употребливоста на податоците во изработката на конечната информација;
- одредување на потребата за дополнителни податоци за предметот на интерес.¹

Евалуација на веродостојноста на прибраните податоци

На прибраните податоци мора да им се направи евалуација со цел да се одреди нивната релевантност, веродостојноста на изворот и точноста на информацијата. Ваквата евалуација вклучува низа различни постапки за валидирање на нивната вредност. Мора да се одреди дали податоците се релевантни во однос на предметот на интерес, дали има потреба од такви податоци и дали имаат одредена вредност во моментот.

Изворите на податоци и начините на прибирање на податоци исто така се оценуваат за веродостојност. Податоците се оценуваат и во поглед на нивната точност со цел да се утврди дали настаните или случувањата на кои се однесуваат податоците навистина се случиле, и дали тие може да се потврдат со податоци добиени од други извори. Без разлика на изворот од кој се добиени, точноста на податоците мора да биде проверена. Деталното проучување на изворот на податокот и применливоста на податокот имаат значајна улога во тоа дали тој податок ќе продолжи да се користи понатаму, односно во изработката на конечната информација. При евалуацијата на податоците, тие се разгледуваат од два различни агли. Првиот агол е веродостојноста на изворот преку кој е добиена информацијата, а вториот агол е точноста на податокот. Во однос на првиот случај, логично е дека со најголема внимателност ќе се пристапува кон податоците добиени од извори со кои нема претходно позитивно искуство и на нив треба да им се пристапи најкритички. Доколку податоците се добиени од претходно проверен извор, на нив

¹ Mathams. R.H. (1995). The Intelligence Analyst's Notebook. Strategic Intelligence: Theory and Application. p.85-86.

треба да им се пристапи со повеќе доверба, но сепак и тие треба да бидат проверени и споредени со податоците кои се однесуваат на истиот предмет на интерес, но кои се добиени од друг извор. Од друга страна пак, при проценувањето на точноста на податоците, се зема предвид веројатноста, која означува дали еден податок е одреден, неодреден или пак невозможен.

При разгледувањето на содржината на податокот, односно точноста на податокот, треба да се земе предвид веројатноста, која означува дали еден податок е одреден, неодреден или пак невозможен. Еден податок се смета за вреден само кога е употреблив, а неговата употребливост зависи од целовитоста, прецизноста и навременоста. Секогаш треба да ја имаме предвид и можната измама која лежи во навидум веродостојните податоци.

Објективното и совесно приоѓање при оценувањето на податоците е неопходно, бидејќи секоја лоша процена во оваа фаза ќе има негативни импликации врз точната интерпретација на конечната информација.² По успешната верификација на податоците, потоа следува нивно подредување и поврзување со претходно добиените податоци кои се однесуваат на конкретен предмет. Ова не значи дека новодобиените податоци ќе претставуваат хронолошко поврзување на еден предмет кој се обработува. Може да има случај кога ќе се добијат податоци кои се однесуваат на ситуација која се случила многу порано, а кои му недостасувале на аналитичарот во неговото следење на конкретниот предмет. Ваквите податоци кои објаснуваат нешто што се случило пред определено време може да фрлат ново светло врз некои настани кои аналитичарот не можел да ги објасни или да ги поврзе, и да му ја формираат комплетната слика за предметот на интерес.

Анализа на прибраните податоци

По подредувањето и верификацијата на податоците, следи нивно анализирање. Анализата на податоците е процесот кој е најважен за изготвување на конечната информација, бидејќи преку овој процес се врши конверзија на суровите податоци во информација.³ Таа треба да даде комплетен опис за предметот кој се истражува, притоа земајќи ги предвид сите релевантни варијабли и преку интерпретација на значењето и ефектите на неговите засебни елементи. Преку успешното реализирање на овие постапки, треба да се стигне до примената на синтеза и ефективно познавање на предметот на интерес, што пак треба да резултира со негова соодветна процена. На крај треба да се развијат логични хипотези кои се однесуваат на предметот на интерес, и секоја од нив треба да биде тестирана, со цел да се откријат индикациите кои би настанале доколку таа хипотеза се покаже како валидна. Ова е процес кој не ветува непогрешливост, меѓутоа врши пополнување на голем број празнини во знаењето за одреден

² Томе Баткоски (2008). Разузнавачка и безбедносно-контраразузнавачка тактика. стр.129

³ Анализата не е само реорганизација на податоците во нов формат. Анализата е процес преку кој податоците се трансформираат во информација. Ова се прави преку расчленување на еден проблем на неколку составни делови и вклучува детаљно испитување на тие делови и на нивната меѓузависност. – Lisa Krizan (1999). Intelligence essentials for everyone. Joint Military Intelligence College. Washington DC.p.29

предмет на интерес и ја намалува несигурноста при донесувањето одлуки поврзани со тој предмет. Целта на анализата е да им помогне на крајните корисници во проширувањето на нивните знаења за одреден предмет на интерес и неговите карактеристики. Некои од карактеристиките на овој процес се:

- аналитичкиот процес мора да вклучува детално познавање на предметот на интерес кој се истражува и да придонесе кон негово детално запознавање и разбирање;
- аналитичкиот процес мора да ги познава потребите на крајните корисници;
- аналитичкиот процес мора да биде активен учесник во развивањето на интегрираната стратегија за одредување на потребите за податоци и прибирањето на податоците, со цел да може да даде добра анализа;
- аналитичкиот процес не смее да се задоволи само со податоците кои ги добива, туку треба да постави свои побарувања за податоци кои му се потребни во неговата работа.

Успешната анализа има огромна вредност – за самата информација, за институцијата која ја подготвила таа анализа, за целокупниот безбедносен сектор и за крајните корисници на информацијата – во поглед на репутацијата и сè поголемите побарувања кои се поставуваат пред изготвувачите на анализите.⁴ Успешни анализи се оние кои даваат реални предвидувања или ставови за предметот на интерес и коишто се изработени со ригорозна примена на научните методи кои се користат за стигнување до одредени заклучоци и кои се употребуваат при истражувањето на општествените, а во таа рамка, и на безбедносните појави.

Карактеристики на аналитичарот

Клучна во оваа фаза е улогата на аналитичарот. Аналитичарите треба да бидат професионалци кои се одлично обучени за да ја проценат точноста, веродостојноста и релевантноста на податоците. Успешните аналитичари мора да имаат детални и сеопфатни познавања за полето кое го работат и да бидат во можност да ги искористат податоците добиени од најразлични извори, како отворени, така и затворени. Тие вршат интеграција на податоците, ги ставаат податоците во одреден контекст и формираат еден продукт кој вклучува процени и прогнози за одредени настани и ситуации. Како придружен ефект на нивната работа, тие ја одредуваат и потребата за нови, дополнителни податоци кои треба да се приберат за предметот на интерес, со цел да се зголеми прецизноста и сеопфатноста на информацијата која ја подготвуваат. Со цел да се обезбеди што поголема ефикасност на аналитичарите и поголем квалитет на самата анализа, неопходно е да се исполнат следниве услови кои имаат директно влијание врз конечниот резултат:

⁴ Center for Strategic Intelligence Research (2003). Bringing Intelligence About: Practitioners Reflect on Best Practitioners. Joint Military Intelligence College. p.102

- Силни аналитички капацитети – овој прв услов ја акцентира потребата од компетентни аналитичари, кои всушност се главните актери во оваа фаза на обработка на информациите⁵. Аналитичарите треба да поседуваат висок степен на аналитичка подготвеност, индивидуални квалитети, висок степен на образование и широки познавања од различни области. Сите предности кои ги пружаат важните податоци може да се искористат само од аналитичар кој одлично ја познава својата работа.;

- Постојан прилив на податоци – за да може да биде успешна една анализа, на аналитичарите им е потребен постојан прилив на податоци, по можност од различни извори. Доколку аналитичарот има постојан прилив на нови податоци, тој многу полесно може да ја комплетира целосната слика за конкретниот предмет на интерес и многу попрецизно да ја направи својата анализа. Уште една предност од постојаниот прилив на податоци е тоа што многу лесно ќе можат да се елиминираат погрешните податоци и намерно пласираните лажни податоци.;

- Систематизација во работата – работата на еден аналитичар ќе биде многу поуспешна доколку тој се фокусира само на одреден вид предмети на интерес. Одредувањето на работата врз основа на линиски или територијален пристап, во голема мера ќе ја олесни работата на аналитичарот, и ќе му овозможи да се фокусира единствено на своето поле на работа, со што ќе стекне поголеми знаења токму за тоа поле и ќе изготвува попрецизни анализи.;

- Постојана обука и дообука на аналитичарите – современиот начин на живот и постојаниот напредок на технологијата ја условува потребата од постојана обука на аналитичарите на различни полиња кои имаат допирни точки со нивната работа.

Заклучок

Аналитичарите треба да бидат професионалци кои се одлично обучени за да ја проценат точноста, веродостојноста и релевантноста на податоците. Ефективната анализа подразбира комбинирање на експертиза за одреден предмет со иновативен пристап и интуиција кон неговото разбирање, и има огромно значење за успешната примена на информацијата.

Conclusion

The analysts should be highly trained professionals, who should be able to assess the accuracy, reliability and relevance of data. The effective analysis means combination of the expertise for a particular object of interest with the innovative approach and intuition towards its understanding, and has a huge effect for the successful use of intelligence

⁵ Марина Малиш Саздовска (2005). Прирачник за разузнавачки циклус. Скопје. стр.25

Користена литература

1. Баткоски, Т.: *Разузнавачка и безбедносно-контраразузнавачка тактика*. Скопје. 2008
2. Center for Strategic Intelligence Research: *Bringing Intelligence About: Practitioners Reflect on Best Practitioners*. Joint Military Intelligence College. 2003
3. Krizan, L.: *Intelligence essentials for everyone*. Joint Military Intelligence College. Washington DC. 1999
4. Малиш, Саздовска Марина.: *Прирачник за разузнавачки циклус*. Скопје. 2005
5. Mathams, R.H.: *The Intelligence Analyst's Notebook*. Strategic Intelligence: Theory and Application. Joint Military Intelligence Training Center. Washington DC. 1995

СОВРЕМЕНИ АСПЕКТИ НА ЕКОЛОШКАТА БЕЗБЕДНОСТ

UDC: 502.17

Прегледен труд

Проф. д-р Марјан Богданоски, Доц. д-р Александар Нацев*Европски Универзитет, Република Македонија*

Апстракт

Проблемите на релација природа - општество, односно еколошката криза почна да се пројавува во средината на минатиот век. За жал, сè повеќе се шири, продлабочува и влијае на намалување на безбедноста на луѓето и можноста за општествен развој како на локално, така и на глобално ниво. Социолошки гледано, еколошкиот комплекс е глобален проблем на современата цивилизација, во помала или поголема мера, ги оптоварува различните димензии на човековиот живот – економската, политичката, технолошката, развојната, етичката, демографската, просторната. Безбедносните предизвици кои се манифестираат на глобално, регионално и на национално ниво, укажуваат на потребата од стратегиско-доктринарен и системски пристап во решавањето на зачувувањето на општеството и еколошката безбедност.

Клучни зборови: *глобализација, климатски промени, еколошка безбедност, предизвици и закани*

CONTEMPORARY ASPECTS OF ENVIRONMENTAL SECURITY

Abstract

The problems on the relation environment-society, or in other words the environmental crisis, started to surface in the middle of the last century. Unfortunately, it is becoming bigger, wider and it is already starting to have an effect of the security of the people and the developmental prosperity, both on local, but also on a global scale. Sociologically speaking, the environmental complex is a global problem of the modern civilization, and in different levels, it has an effect on various aspects of human life – economic, political, technological, developmental, ethical and demographic. The security challenges which are manifested on global, regional and national level, show the need for a strategic-doctrinal and systematic approach for the protection of the society and the improvement of the environmental security.

Keywords: *globalization, climate change, environmental security, threats*

Вовед

Појавите на загрозување на општеството и неговите вредности се јавуваат уште од неговото појавување. Историски гледано, нема облик на општествена заедница која, во одредена мера, не била изложена на загрозување во различен облик и обем. Сите општества во светот, без разлика на општественото уредување или степенот на развиеноста на економските, политичките, културните или други добра, подлежат на одреден облик на загрозување кој носи поголем или помал степен на опасност по нивниот опстанок и развој.

Гледано од безбедносен аспект, под поимот загрозување се подразбираат општествени појави или однесувања појавени поради дејствување на човекот, природата или техничките системи во подолг период кои се од поголем обем, при што настануваат или можат да настанат штетни последици по интегритетот на човекот, неговата слобода, имотот и здравјето, како и по интегритетот и субјективитетот на државите и нивните институции, вредностите кои тие ги штитат како и вредностите на меѓународната заедница.

Зачувувањето на животната средина претставува незаобиколен фактор на внатрешната стабилност и безбедност на една држава. Меѓутоа, проблематиката на загрозување на животната средина одамна не е само проблем на внатрешната безбедност. Имено, животната средина претставува сè она што нас нè опкружува, односно сè она со што директно или индиректно е поврзана човековата животна и производна активност. Кога зборуваме за животната средина, нејзиното значење и аспектите на загрозување, неминовно констатираме дека прашањето на еколошката безбедност е значаен сегмент на примарната внатрешна безбедност на секоја држава поединечно, но и на безбедноста на општеството воопшто, затоа што радијацијата, биолошката или хемиската контаминација, загадувањето на воздухот, водените површини и копното, итн., не познаваат граници¹.

И покрај свеста за значењето на наведената проблематика, која во последните години во голема мера се разви и уште повеќе се развива, прашањата на заштитата на животната средина уште не се високо рангирани на ниво на националната и глобалната безбедност. Оние кои ги разгледуваат еколошките проблеми, како што се губењето на биодиверзитетот, климатските промени или пак проблематиката на одржлив развој, главно не ја гледаат врската со безбедносните ефекти. Оние, пак, кои се занимаваат со безбедносните проблеми, како што се: тероризмот, цивилните и воени судири, диверзивни и останати деструктивни активности, разни криминални и социо-патолошки појави, техничко-технолошки акциденти и друго, често не го препознаваат значењето на проблемот за загрозувањето на животната средина во смисла на причини за некои појави, но и влијание на тие појави / проблеми на животната средина. Поради тоа е потребно загрозувањето на еколошката безбедност да се согледа како значаен безбедносен проблем.

¹ Обрадовиќ-Матијашевиќ. Ј. Обрадовиќ. А. (2014): *Угрожавање безбедности савременог друштва у светлу угрожавања еколошке безбедности*. Култура полиса, год. XI, бр. 23, стр. 259-276

Поим за еколошка безбедност

Терминот еколошка безбедност го вовеле Генералното собрание на ОН, кога на предлог на Михаил Горбачов ја усвои „Резолуцијата за меѓународната еколошка безбедност“ во 1987 година како реакција на чернобилската еколошка и човечка трагедија. Светската комисија за животна средина и развој (т.н. Брундтландова комисија) во својот извештај „Нашата заедничка иднина“ предлага „поимот безбедност, кој традиционално се сфаќа во смисла на политичките и националните закани по суверенитетот, да се прошири како би ги вклучувал сите поголеми влијанија на еколошкиот притисок – локално, национално, регионално и глобално.”

Чери (Cherry) смета дека во дефинирањето на еколошката безбедност постојат три пристапи. Првиот, природно-центричен (nature-centric) тргнува од сфаќањето на природата како посебен ентитет и екологијата како наука која се занимава со односите помеѓу организмите и нивното опкружување, па еколошката безбедност треба да се занимава со одржување на оптималниот однос помеѓу организмите, односно со прашањата на правата на животните, правната положба на природата, и односот помеѓу луѓето и природата. Вториот пристап е ориентиран кон луѓето (human-centric), а толкувањето на еколошката безбедност се заснова на човекот како корисник и контролор на природата. Основата на толкувањето на еколошката безбедност на овој пристап го прават проблемите поврзани за природните ресурси, тнч. „еколошки бегалци“ и судирите на народите во врска со животната средина, како и улогата на меѓународните владини и невладини организации во креирањето на меѓународната безбедност низ креирањето политики и меѓународното право. Третиот пристап најдобро може да се опише како еклектичен. Тој настојува да придонесе кон општ увид во феноменот на еколошката безбедност, земајќи ја предвид меѓузависноста помеѓу животните форми, екосистемите, социјалниот систем, индивидуите и техничкиот систем.²

Во дефинирањето на еколошката безбедност авторите тргнуваат од сфаќањето на општиот поим на безбедноста. Сметаат дека еколошката безбедност е еден од сегментите на општата безбедност, поврзана со степенот на деградацијата на локалните и глобалните екосистеми, недостатокот на вода, поплавите и другите природни катастрофи, масовното и нерационално уништување на шумите, како и загадувањето на сите елементи на животната средина, вклучувајќи го и нарушувањето на биодиверзитетот. Бакрач, Вуруна и Милановиќ, освен што ги поврзуваат условите на животната средина со условите на вкупната безбедност, истакнуваат дека овој вид на безбедност бара решавање на проблемите кои можат да се појават, помеѓу останатото, поради недостаток на ресурси, деградација на животната средина, биолошката опасност, климатските промени³.

Облиците и причините на загрозување на еколошката безбедност се бројни и обично се групираат во две групи. Првата ја прават облиците и причините на загрозување на кои човекот не може да влијае, а

² Крстиќ. И (2016). Социјално-еколошка безбедност, одржливи развој и квалитет живота. Универзитет у Нишу. Факултет заштите на раду у Нишу. Ниш. стр. 41

³ Саша Бакрач, Младен Вуруна и Мишко Милановиќ (2010): Деградација животне средине - утицај на еколошку безбедност. Војно дело, Вол. 62, Но. 3, стр. 314 – 328.

втората облиците на загрозување на кои човекот влијае. Тргувајќи од втората група, односно сознанието дека еколошката безбедност може да биде нарушена со човечко дејствување поради: незнаење, инцидент, лошо управување, лошо проектирање, поради причини кои се наоѓаат внатре или надвор од државните граници, Жана Хајди Хекер (Hecker) ја одредува како минимизирање на антропогените закани на функционалниот интегритет на биосферата, а со самото тоа и на закани по човештвото⁴.

Значи, од прикажаните ставови кои се однесуваат на поимот на еколошката безбедност, се заклучува дека еколошката безбедност претставува нов, современ облик на безбедност кој настана како потреба од спречување на загрозувањето на животната средина, со која се штитат основните компоненти на животната средина без кои нема опстанок на живите битија, поттикнува и бара вклучување на поголем број на актери кои треба да овозможат водење на политика заради опстанок и подобрување на квалитетот на животот на населението⁵.

Современи проблеми на животната средина

Ако тргнеме од граѓанските теории и пристапи на проблемите на животната средина, воочуваме дека современото општество и наука се во голема противречност на овој план: економија низ профит и капитал искажува негација токму на планот на животната средина. Потребите на човековото општество и капацитетите, односно можностите на животната средина стојат во директна противречност.

На прашањето „Кои се глобалните проблеми на животната средина со кои денес се соочуваме?“, повеќето од населението би ги навеле климатските промени, загадувањето и енергетската криза. Недоволно развиената свест покажува занемарување на другите, еднакво опасни проблеми, како и нивната меѓусебна поврзаност. Заострувањето на проблемите на животната средина може да го прикажеме низ надминувањето на капацитетите на планетата, односно со зголемувањето на еколошкиот отпечаток. Дали може капацитетот на биосферата во перспектива да го поднесе оптоварувањето кое го наметнува човечкото производство и потрошувачка? Истражувањата на глобалниот капацитет покажаа дека човештвото „присвојува“ 40% од нето производот на фотосинтезата.

Еколошки закани по безбедноста

Сpreма Јар де Вилден, еколошките закани по безбедноста можеме да ги поделиме во три групи.

Во првата група спаѓаат заканите кои не се предизвикани со човечки активности. Станува збор, на пример за вулкански ерупции, земјотреси, тајфуни, удари на метеори итн.

⁴ Jeanna Hyde Hecker (2011), Peace and Sustainable Development through Environmental Security: A Methodology for Environmental Security Assessment. Hague: Institute for Environmental Security

⁵ Крстиќ. И. (2016): Социјално-еколошка безбедност, одржливи развој и квалитет живота. Универзитет у Нишу. Факултет заштите на раду у Нишу. Ниш. стр. 41

Во втората група на закани спаѓаат заканите кои ги предизвикал човекот, но кои не го загрозуваат опстанокот на цивилизацијата. Станува збор за загадувањето на реките или за исцрпување на поедини ресурси кои не се витални за преживување, како што се поедини минерали. Сепак, овде е тешко да се повлече граница кога загадувањето, односно исцрпувањето на ресурсите почна да ја загрозува самата цивилизација⁶.

Во третата група спаѓаат заканите кои ги предизвикал човекот и кои ја загрозуваат цивилизацијата како што е глобалното загревање, подигнување на нивото на морето, дупките во озонската обвивка или исцрпување на обновливите ресурси кои се витални за преживување (на пр. водата за пиење).

Заканите и предизвиците со кои системот за безбедност во многу држави мора да се соочи во блиска иднина вклучува: зголемен број на населението, оштетување на озонската обвивка; климатски промени поради емисија на штетни гасови и ефектот на стаклената градина и глобалното загревање; неадекватното управување со радиоактивниот отпад (прашање на нуклеарната безбедност); природните катастрофи; поплави, свлечишта, земјотреси; загадување со нафта и истекување; недостаток и загадување со површински и подземни води; зголемување на користењето на меѓународните реки; ерозија на земјиштето; исчезнување на шумите; губење на биодиверзитетот; загадување на животната средина со индустрискиот развој; одлагање на опасниот отпад; безбедност на храната; еколошките миграции, експанзија на сиромаштијата и зголемување на разликата и јазот помеѓу богатите и сиромашните. Како последица на тоа, во современите студии по безбедноста се издвои и нов истражувачки фокус - безбедност на животната средина. Под неа се подразбира „способност на нацијата или општеството да ги издржат сите недостигања во животната средина и несакани ризици кои се последица на промените во неа, сè до можните напнатости и судири. Од ова одредување јасно се гледа дека врските помеѓу животната средина и безбедноста се прилично сложени. Како што тврди Младен Бајагиќ, „животната средина, прво, негативно влијае на безбедноста, дури и доведува и до судири поради намалување на количината и квалитетот на обновливите и необновливите ресурси. Второ, отсуството на безбедноста има негативно влијание на животната средина и мора да биде сериозен предмет на дијалог на сите нивоа и помеѓу сите актери. Затоа предмет на безбедносните расправи денес мораат да бидат ресурсите и животната средина во рамките на националните политики, меѓународните организации, научните истражувања, и конкретните акции на владиниот и невладиниот сектор на локален и глобален план".⁷

Заклучок

Во современиот свет е сè подоминантно и сè повеќе е прифатено сознанието дека еколошката криза и еколошките катастрофи можат да доведат до уништување на човештвото. Императив на

⁶ Радишиќ, Д. (2015). Екологија и еколошка безбедност – перпективе и изазови. *Naučno-stručni časopis SVAROG*, стр.248-266

⁷ Бајагиќ, М. (2011): Безбедност животне средине - Нови истражувачки фокус студија безбедности. Криминалистичко-полицијска академија, Београд

модерното општество станува намалувањето на интервенцијата над природата и поголемото користење на знаењето, информациите и новите технологии.

Меѓународната еколошка стратегија подразбира, пред сè, обврски на државата и учество на населението на целата планета во остварувањето на целите, кои се однесуваат на подобрување на безбедноста и здравјето при работењето, квалитетот на животот во урбаните и станбените средини, изработка на конзистентна политика на човечките населби, и сеопфатен пристап во решавањето на екопроблемите во урбаните населби на мултидисциплинарна основа.

Conclusion

In today's modern world, it is a dominant and widely accepted fact that the environmental crisis and environmental disaster can lead to the destruction of mankind. The imperative of the modern society is the lowering of the intervention towards nature, and a bigger use of knowledge, information and new technologies.

The international environmental strategy includes, above all, obligations of the state and the inclusiveness of the world population in achieving the objectives, which are the improvement of safety and health during work, the quality of life in urban areas, the developing of consistent policy of human settlements and a wider approach in the solving of eco-problems in the urban areas on a multidisciplinary basis.

Библиографија

1. Бајагић, М.: *Безбедност животне средине - Нови истраживачки фокус студија безбедности*. Криминалистичко-полицијска академија. Београд. 2011
2. Бакрач, С. Вуруна М. и Милановић, М.: *Деградација животне средине - утицај на еколошку безбедност*. Војно дело. 2010
3. Barnett, J.: *The Meaning of Environmental Security: Ecological Politics and Policy in the New Security Era*. London and New York: Zed Books. 2001
4. Бошковић, М.: *Методика истраживања и разјашњавања еколошког криминалитета*. ВШУП. Земун. 2001
5. Đorđević, S.: *Zaštita životne sredine. Primenjena ekologija/Applied Ecology*, Edition: First, Chapter: *Zaštita životne sredine*. 2014
6. Jeanna Hyde Hecker.: *Peace and Sustainable Development through Environmental Security: A Methodology for Environmental Security Assessment*. Hague: Institute for Environmental Security. 2011.
7. Крстиќ, И.: *Социјално-еколошка безбедност, одрживи развој и квалитет живота*. Факултет заштите на раду у Нишу. Ниш. 2016.
8. Обрадовиќ-Матијашевиќ, Ј. Обрадовиќ, А.: *Угрожавање безбедности савременог друштва у светлу угрожавања еколошке безбедности*. Култура полиса. 2014

УПРАВУВАЊЕ СО БЕЗБЕДНОСТА И ЗДРАВЈЕТО ПРИ РАБОТА

UDC: 331.45

Стручен труд

Доц. д-р Марија Гроздановска, проф. д-р Иван Ефремовски
Меѓународен славјански универзитет „Гаврило Романович-Державин“
Свети Николе, Битола - Република Македонија

Апстракт

Безбедноста и здравјето при работа претставува едно од основните човекови права на работниците од кое произлегува обврска за работодавачите да обезбедат безбедни и здрави работни услови за сите работници. Управувањето со безбедноста и здравјето при работа е интегрален дел од културата на работното место, од самиот врв на организацијата и надолу, по нивоа на управување. Всушност, управувањето со безбедноста и здравјето при работа е дел од управувањето со бизнисот.

Клучни зборови: управување, безбедност, здравје, работник, работодавач.

MANAGING THE SECURITY AND HEALTH DURING WORK

Abstract

Occupational safety and health at work is one of the fundamental human rights of workers, which give the employers an obligation to provide safe and healthy working conditions for all workers. Occupational safety and health management is an integral part of the culture of the workplace, from the very top of the organization and down, to the levels of governance. In fact, occupational safety and health management is a part of business management.

Keywords: management, safety, health, worker, employer.

Вовед

Безбедноста и здравјето при работа подразбира создавање на услови за работа во кои се преземаат активности и мерки со цел заштита на здравјето и животот на работниците. Општествен интерес, а воедно и интерес на деловните субјекти и на секој поединец е да се создаде највисоко ниво на безбедност и здравје при работа за несаканите последици како што се професионални болести, повреди на работа и смртни случаи на работното место да се сведат на најмала можна мера. За реализација на оваа цел

неопходно е да се преземат мерки за намалување на опасностите на работа, подобрување на здравјето на работниците и промовирање на култура ориентирана кон безбедност и здравје при работа.

За жал, во статистичката евиденција на Република Македонија, како и во многу земји во светот се евидентираат голем број повреди на работно место на годишно ниво, а уште позагрижувачка е состојбата со бројот на работници кои наутро заминале на работа, а потоа не се вратиле кај своите семејства. Секоја држава има потреба од подобрување на условите во кои работниците работат на своите работните места. Република Македонија има потреба од подобрување на системот за управување со безбедноста и здравјето при работа.

Видови управување со безбедноста и здравјето при работа

Во основа постојат четири видови или начини на управување со безбедноста и здравјето при работа.

Првиот начин на управување со безбедноста и здравјето при работа е најлошиот вид и опција за управување со безбедноста на работните места. Овој вид на управување со безбедноста и здравјето при работа го практикуваат група работодавачи и менаџери кои воопшто не се грижат за безбедноста и здравјето на своите вработени сè додека не дојде трудова инспекција која ќе им изрече казна за непочитување на законските одредби. Факт е дека кај нас ова т.н. патолошко управување со безбедноста и здравјето при работа е многу често застапено.

За разлика од претходната група на работодавачи и менаџери, друга група од нив се на став дека безбедноста и здравјето при работа се важни елементи од нивното работење, но тие преземаат мерки за безбедност и здравје при работа само кога несреќата на работно место веќе ќе се случи. Овој вид на управување се нарекува реактивно управување со безбедноста и здравјето при работа.

Трета група работодавачи и менаџери се оние кои даваат значење на прашањата од областа на безбедноста и здравјето при работа и воведуваат систем на управување со опасности и штетности на работно место и во работна околина, односно тоа се работодавачи со калкулативен начин на управување со безбедноста и здравјето при работа. Тие фактички калкулираат дека поефикасно е да се вложи во обезбедување на безбедност и здравје за работниците на работа, отколку да се санираат последиците кои ќе настанат од непочитување на законските обврски од областа на заштитата при работа.

Сè поголем е бројот на работодавачи со т.н. проактивно управување со безбедноста и здравјето при работа кои ја препознаваат важноста од добро интегрираниот систем за безбедност и здравје при работа и одат чекор понатаму со што перманентно го унапредуваат целиот систем за безбедност и здравје при работа и безбедното извршување на работните активности се дел од нивната политика на работење.

Тенденција на секоја држава е да обезбеди поголем број работодавачи и менаџери од групата на проактивна култура, односно кај кои безбедноста и здравјето при работа ќе биде дел од секојдневниот процес на управување. Ако не се управува со безбедноста и здравјето, не се управува со бизнисот.

Безбедноста и здравјето при работа бара постојана активност од менаџерите и работниците. Таа претставува динамичен систем кој со тек на време се адаптира и еволуира, но во никој случај безбедноста и здравјето при работа не претставува ригидна бирократска практика која дава отпор на промените.

Менаџерите треба да прикажат лидерство и на полето на безбедноста и здравјето при работа. Тие треба да ги следат правилата за безбедност и здравје при работа наместо да им наредуваат на вработените да ги почитуваат ваквите правила. Менаџерите треба да бидат пример за тоа како би требало да се однесуваат работниците. Праксата покажала дека менаџерите кои добро ја менаџираат безбедноста и здравјето при работа имаат пониски стапки на отсуство, затоа што лидерското однесување е поврзано со боледувањата и добросостојбата на вработените.

Работниците и менаџерите преземаат активна улога во идентификација на проблемите и изнаоѓањето на решенијата. Ова во пракса значи дека е воспоставен ефективен и отворен дијалог, кој вклучува слушање на меѓусебните грижи помеѓу работниците и менаџерите, заедничко решавање на проблемите и заедничко носење на одлуки, учество во развојот на политиката за безбедност и здравје при работа, учество на работниците во промоција и постигнување на безбедни и здрави услови за работа, целосна соработка на работниците со работодавачите за подобрување на безбедноста, здравјето и добросостојбата на работното место и сл.

Учество на работниците во управувањето со безбедноста и здравјето при работа

Основен елемент во одржувањето на здрава работна средина е соработката помеѓу менаџментот и работниците на полето за безбедноста и здравјето при работа. Клучен предуслов за успешно управување со безбедноста и здравјето при работа и главен фактор кој придонесува за намалување на професионалните заболувања и повредите при работа е учеството на работниците.¹ Учеството на работниците во програмите и плановите за безбедност и здравје при работа може да обезбеди ефикасност на мерките и одржување на едно прифатливо ниво на безбедност и здравје при работа по разумна цена. Во зависност од националната пракса, ваквата соработка може да се овозможи преку назначување на претставници на вработените за безбедност и здравје при работа или комитети за безбедност. Работниците и нивните претставници треба да учествуваат во дефинирањето на проблемите, целите и мерките поврзани со безбедноста и здравјето при работа.²

Придобивки од учеството на работниците во управувањето со безбедноста и здравјето при работа се: поголема свест за ризиците и опасностите на работното место, подобра контрола врз ризиците на работното место, економични решенија за обезбедување на безбедни и здрави работни услови, посреќна

¹ За придонесот на учеството на претставниците на вработените во полето на безбедноста и здравјето при работа, говори документ од Секторот за трговија и индустрија на Обединетото Кралство од 2007 година, според кој се проценува дека претставниците на работниците за безбедност спречуваат помеѓу 8.000 и 13.000 несреќи на работните места годишно во земјата.

² Чл.28 од Законот за безбедност и здравје при работа.

и попродуктивна работна сила, помалку отсуства од работа заради боледувања, помал број несреќи при работа и др.

Постоењето на контролирано работно опкружување подразбира зголемена свест на секој поединец за ризиците на работното место. Пристапот кон превенцијата од ризици се остварува и преку подигнување на свеста за значењето на безбедноста и здравјето при работа кај секој поединец. Предвидувањето на нови ризици и ризици кои може да се појават од техничка природа или предизвикани од факторот човек се од пресудно значење во системот на превенција. Поголема посветеност на работниците и зголемување на свеста за условите за работа и грижата за сопствената безбедност и безбедноста на другите лица произлегува од претходно запознавање на работниците со штетите и опасностите кои произлегуваат на нивните работни места, доколку не се применуваат мерки за безбедност и заштита, како и запознавање со меѓународните прописи од оваа област, но и со домашните прописи кои им нудат соодветна заштита, а која не може да биде под минимумот на заштита утврдена со меѓународните документи.

Бидејќи несреќите и повредите при работа се случуваат на поединечното работно место, работодавачите, менаџерите и засегнатите работници треба заеднички да планираат и да започнат превентивни и контролни мерки. Најефикасната превенција од несреќи и заболувања започнува уште при самото организирање на работните процеси, кога безбедните работни услови може да се вградат во самиот работен процес. Мерките за превенција и контрола на опасностите на работното место треба да се засновани врз јасна, спроведлива и добро дефинирана политика на ниво на претпријатието.

Во таа насока, работодавачот треба да обезбеди изјави за безбедност за секое работно место како пишан документ кој ги опишува карактеристиките на работниот процес и содржи идентификација на опасностите и процена на ризикот за безбедноста и здравјето на работното место и пропишува соодветни мерки за заштита.³ Таа треба да ги дефинира должностите и одговорностите на раководителот на одделот или на лидерот на тимот за безбедност и здравје при работа кој ќе биде главен двигател во процесот на оживотворување на целите на политиката во реалност во рамките на претпријатието. Работодавачот треба да ја воспостави изјавата за безбедност преку процес на размена на информации и дискусија со работниците.

Пристапот до подобри информации претставува главен услов за значајни, позитивни придонеси од страна на работниците и нивните претставници за контрола на опасностите при работа.⁴ Политиката на претпријатието треба да осигури дека работниците можат да добијат помош во оваа смисла од нивните синдикални организации кои имаат легитимно право да бидат вклучени во сè што е поврзано со заштитата на животот и здравјето на нивните членови.

Учеството во политиката на безбедност и здравје при работа е основно право на работниците, а исто така и нивна должност. Политиката треба да ја претстави должноста на индивидуалните работници

³ Чл.11 од Законот за безбедност и здравје при работа.

⁴ Чл. 94-а од Законот за работни односи.

да соработуваат при имплементирањето на политиката за безбедност и здравје при работа во рамките на претпријатието.

Неопходно е да се создаде пристап кој истовремено е глобален и превентивен, кој ги промовира придобивките од работата и воедно ќе ги помине границите на обична превенција од специфични ризици. Пристапот се состои од неколку елементи кои меѓусебно се дополнуваат и зависат еден од друг.

Првиот елемент за овозможување на безбедни и здрави работни места е образованието. Безбедноста и здравјето при работа треба да бидат составен дел од наставната програма во училиштата и универзитетите. Децата од најмала возраст, треба да се учат на основни здрави животни навики, а потоа и на здрави и безбедни работни навики. Приспособеност на нивната возраст неопходно е децата да стекнуваат нови знаења, навики и начини на однесување преку кои ќе се изградат во здрави личности што ќе живеат и работат во здрава и безбедна средина.

Покрај образованието и обуката е суштински елемент во одржувањето на здраво и безбедно работно место. Обуката претставува интегрална компонента на управувањето со безбедноста и здравјето при работа. Таа треба да биде распоредена во редовни временски интервали, а неопходно е и да биде прилагодена на секојдневното извршување на работните обврски. Обуката мора да биде адаптирана на спецификите на работното место и таа мора да се изведува во согласност со посебна програма за обука на работниците. Обуката за безбедност и здравје при работа е само еден сегмент од обуката за работа.

Постојат многу докази дека активното учество на работниците води кон драстично подобрување на безбедноста и здравјето на работното место. На пример, Европското истражување на претпријатијата за нови и претстојни ризици – ЕИПНПР (European Survey of Enterprises on New and Emerging Risks – ESENER) покажува дека, учеството на работниците води кон многу подобри перформанси за безбедноста и здравјето при работа. Во претпријатијата каде што има високо учество на работниците во комбинација со висока посветеност на менаџментот има 10 пати поголема веројатност да има воспоставено документирана политика за безбедност и здравје при работа.

Во продолжение е даден практичен пример на учество на работниците во пракса, кој се однесува на голема кондиторска компанија (Nestlé, Јорк, Обединетото Кралство) со 2.000 вработени, која имала значителен проблем со повреди од лизгања и препнувања. Во обид да се намали стапката на повреди, компанијата почнала со заедничка иницијатива за обезбедување на безбедни и здрави услови за работа на работниците, преку целосно учество и на нивните претставници. Ова вклучувало специфична процедура за пријавување на повреди од лизгање и препнување и анализа на причините за таквите повреди. Откако биле откриени основните причини биле свикани заеднички состаноци за споделување на наодите со менаџерите, надзорниците и претставниците на работниците. Овие наоди понатаму се споделувале со работниците преку ефективна информативна кампања која вклучувала работи како постери, флаери, итн. По три години, оваа кампања довела до 60% намалување на повреди од лизгања и

препнувања. По дополнителни 18 месеци, почнала слична кампања во обид да се намалат повредите при рачна работа. Ова резултирало со 40% намалување на таквите повреди во рок од две години.⁵

Заклучок

Интердисциплинарниот концепт за добросостојба на луѓето кои се вклучени во процесот на работа, наречен безбедност и здравје при работа, најчесто се определува како збир на технички, здравствени, правни, психолошки, педагошки и други дејности со чија помош се откриваат и отстрануваат опасностите што ги загрозуваат животот и здравјето на работниците на работа и ги утврдуваат мерките, постапките и правилата со кои може да се отстранат или да се намалат тие опасности.

Неопходен сегмент на успешното управување со безбедноста и здравјето при работа е учеството на работниците. Доброто управување, пак, со системот за безбедност и здравје при работа може да обезбеди деловна конкурентска предност. Инвестирањето во добар систем за безбедност и здравје при работа ја зголемува конкурентноста на деловниот субјект, а воедно се зголемува потенцијалот да се задржат постојните клиенти и да се освои нов простор, каде што би се прошириле деловните активности. Менаџерите многу често се одлучуваат да имплементираат мерки и активности за подобрување на безбедноста и здравјето при работа со цел зголемување на продуктивноста во услови кога имаат сознанија за економските придобивки од таа инвестиција. На тој начин, тие ги намалуваат стапките на несреќи и повреди на работа, ја зголемуваат мотивацијата на вработените, со што се задржуваат работните места на квалификуваниот персонал.

Conclusion

The interdisciplinary concept of well-being of people involved in the work process, called occupational safety and health is usually defined as a set of technical, health, legal, psychological, pedagogical and other activities to help identify and eliminate the dangers that endanger the life and health of workers at work and determine the measures, procedures and rules that can eliminate or reduce those dangers.

An essential segment of the successful occupational safety and health management is the participation of workers. Good governance with occupational safety and health system can provide business competitive advantage. Investing in a good occupational safety and health system increases the competitiveness of the business and at the same time increases the potential to retain existing customers and gain new space, where business activities will expand. Managers often decide to implement measures and activities to improve safety and health at work in order to increase productivity in conditions when they are aware of the economic benefits

⁵ Студија за спроведување на безбедноста и здравјето при работа во Република Македонија, Македонско здружение за заштита при работа, Скопје, 2014.

of that investment. In doing so, they reduce accidents and injuries at work, increase motivation of employees, thus retaining the jobs of skilled personnel.

Користена литература

1. Бенцамин, А: *Основни принципи за здравје и безбедност при работа*, Меѓународна канцеларија на трудот, Женева, 2011.
2. *Студија за спроведување на безбедноста и здравјето при работа во Република Македонија*, Македонско здружение за заштита при работа, Скопје, 2014.
3. *A review of safety culture and safety climate literature for the development of the safety culture inspection toolkit*, Human Engineering Shore House, Bristol, Research report 376, 2005.
4. Закон за работни односи, Сл. весник на РМ бр. 167/15, 120/18, 27/16.
5. Закон за безбедност и здравје при работа, Сл. весник на РМ бр. 92/07, 136/11, 23/13, 25/13, 137/13, 164/13, 158/14, 15/15, 129/15, 129/15, 192/15, 30/16 и Одлука У.бр.255/2009, У.бр.160/2010, У.бр.213/2011.

СТОМАТОЛОШКА СУПРАСТРУКТУРА - ПРИЧИНА ЗА ПОСТИМПЛАНТОЛОШКА КОМПЛИКАЦИЈА

UDC: 616.314-089.843-06

Изворен научен труд

Ванковски В.,¹ Вујасин С.¹, Василева-Гешоска К.¹, Дејаноска Т.²¹Факултет за дентална медицина, ЕУРМ, Скопје²ПЗУ „Дентал интернационал“ - Скопје

Апстракт

Поставувањето на дентални импланти претставува рутина во стоматолошката пракса во дваесет и првиот век. Од 80-тите години на минатиот век до денеска протоколот на имплантирање не е променет додека пак методите остануваат исти (отворен и затворен метод).

Испитувањето го направивме на 228 поставени ендосеални винтови импланти на пациенти од женски и машки пол со несомнени индикации кои ги исполнуваат условите за имплантолошко интервенирање. Имплатите се поставени на 91 пациент (2,5 по пациент) додека пак успешноста е 209 импланти, (91,6%). Иследувањето е направено во период од 2 години после имплантирање и изработка на супраструктура кај пациентите. Само кај двајца пациенти, поточно кај еден пациент со соло коронка над имплант и кај еден пациент со мостовна конструкција над импланти, беа најдени воспалителни промени околу имплантиите.

Пациентите кај кои се вградени импланти и изработени супраструктури над нив, треба да ги почитуваат и спроведуваат препораките дадени од имплантологот и протетичарот и да имаат редовна стручна контрола особено на оклузијата.

Клучни зборови: мостова конструкција, имплант, периимплантитис, коронка, остеоинтеграција, Т-скен, оклузија

Abstract

Placement of dental implants is a routine procedure in today's twenty-first century dental practice. Since the eighties of the last century until today, the implantation protocol has not changed, while the methods remain the same (open and closed method).

We performed the study on 228 endosseal screw implants placed on male and female patients with no doubtful indications that meet the requirements for implantological interventions. The implants are placed on 91 patients (2.5 per patient) while the success rate is 209 implants (91.6%). The survey was done in a period of 2 years after implantation in patients and construction of suprastructure. In only two patients, more precisely in one patient

with a solo crown over the implant and in one patient with a bridge over the implants, inflammatory changes around the implants were found.

Patients, who have implants placed with suprastructure over them, need to respect and implement the recommendations given by the implantologist and the prosthetist and have regular professional control especially of the occlusion.

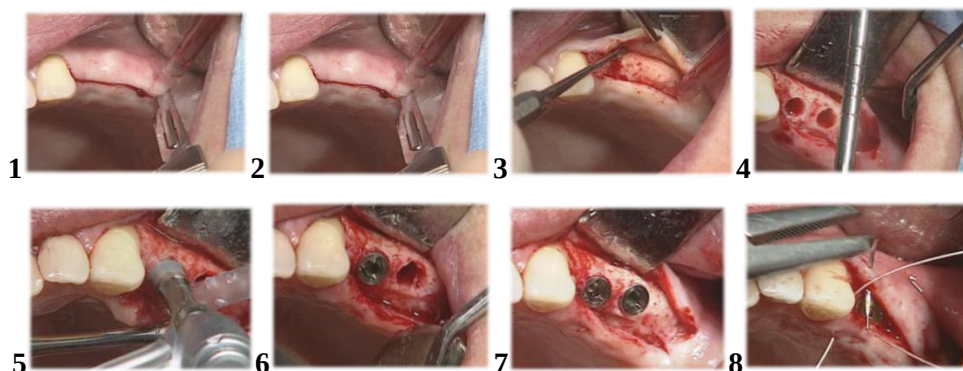
Key words: *bridge construction, implant, periimplantitis, crown, osseointegration, T-scan, suprastructure over implant*

Вовед

Во протоколот на поставување на денталните имплантати постојат два метода општо прифатени во пошироката стоматолошка фела.

Првата метода е отворената метода која главно се користи кај индицираните случаи каде што треба да се постават два, три или повеќе имплантати. Во овој случај имаме отворено видно поле визуелно дефинирана коска и јасна положба на имплантатот.

Слика 1 – 8. Конвенционално отворен хируршки метод за поставување на дентални имплантати.



Затворениот метод поретко се користи, индициран е кога се поставува еден имплантат кој се става во дефинирани услови со претходно јасни позиции. Овој метод е помалку трауматски за пациентот, но процентуално во нашите случаи е застапен околу 20%.

Неуспехот при имплантирањето (немање на остеоинтеграција, поточно паѓање на имплантатот) во главно ги дефинираме како **рани причини** (Ванкоски 2013).

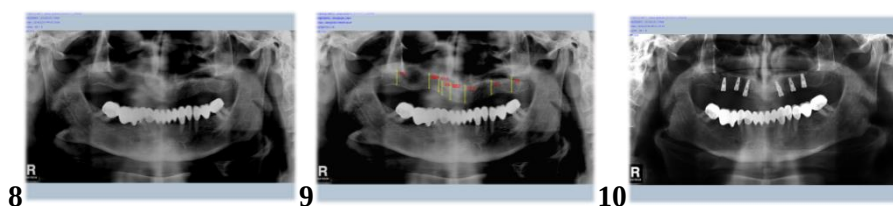
- Неправилна препарација на лежиштето на имплантатот која доведува до некроза.
- Бактериска инфекција на меките и тврди ткива што доведува до опструкција на заздравување на околното ткиво околу имплантатот
- Немање на примарна стабилност на имплантатот при поставување
- Предвремено протетско оптоварување.

Во оваа (примарна) фаза на имплантирање, имплантите кои не се остеоинтегрирани се заменуваат со други имплантати и се нуди соодветно протетско решение од новонастанатата состојба (Ванкоски 2013).

Кога на веќе остеоинтегрираните имплантати се изработат протетски конструкции и по краток период дојде до дестабилизација на имплантите тогаш зборуваме за *доцни причини* за неуспех кои се многу покомплексни за решавање.

- Овие причини се јавуваат на веќе остеоинтегрираниот имплант.
- Бактериската инфекција е една од причините за дестабилизација.
- Претераното оптоварување на имплантатот од протетски аспект.

Сл. 8,9,10. Пациент М.И.57 год. Пред и после имплантирање



Сл.11,12,13. Пациент В.К.53 год. Пред и после имплантирање



Сл.14,15,16. Пациент В.Т.47 год. Пред и после имплантирање



Метод и материјал на работа

Испитувањето го направивме на 228 поставени ендосеални винтови имплантати кај 91 пациенти (2,5 по пациент) од женски и машки пол. Кај сите нив, претходно се утврдени неспорни индикации и услови за имплантолошко интервенирање. Успешно беа остеоинтегрирани 209 имплантати, (91,6%). Кај нив изработени се супраструктури од кои, 59 мостови конструкции и 11 соло-коронки. Поврзаноста на мостова конструкција е направена преку најмалку 2 импланти и најмногу врз 6 импланти.

Супраструктурите над имплантатите се изработени од метал-керамика и од целосна керамика (цирконииум оксид).

Протетските супраструктури се изработени по класичниот протокол на земање на отпечаток со квалитетни А-силиконски маси со помош на трансфери, излевање на отпечатокот и ставање на аналози, користење на гингива маска и моделирање на конструкциите со придржување кон анатомо-морфолошките карактеристики на забите што недостасуваат, (Ashok2009).

После двегодишно следење најдено е успешно опстојување на сите 209 имплантати.

Кај двајца пациенти, поточно кај еден пациент со соло коронка над имплант и кај еден пациент со мостовна конструкција над импланти, беа најдени се воспалителни промени околу имплантите.

Дијагнозата кај имплантот со соло коронка е мукозен периимплантитис, односно инфекцијата е само на меките ткива околу имплантатот. Диференцијално дијагностички воспалението е предизвикано механички, а потоа надградено со инфекција.

Кај мостова конструкција, поточно кај еден имплантат од мостовната конструкција е дијагностицирана класичен периимплантитис.

Мора да се напомни дека во голем број од случаите бактериската инфекција е иреверзибилна, воспалени се и меките и тврдите ткива (алвеоларната коска). Бактериската деконтаминација на рапавите титаниумски делови на имплантатот практично е невозможно да се изведе со стопроцентна успешност. Сето тоа ни дава сомнеж на непостигнување на „стерилна“ коска околу имплантатот.

Диференцијално дијагностички и кај овој случај претходела поблагата форма на периимплантен мукозит која поради ненавремена и не адекватна интервенција поминала во периимплантитис.

Сл.17,18 Периимплантен мукозит



Етиолошките причини за периимплантитис се:

- Лошо одржување на орална хигиена
- Пушење
- Парадонтопатија
- Генетски причини
- Дентален плак
- Бактериска инфекција
- Лоша протетска изработка

Кај пациентот со соло коронката беа присутни 4/7-те етиолошки причинители, додека пак кај пациентот со мостовна конструкција беа најдени 5/7-те етиолошки причинители.

Мораме да напомниме дека кај пациент со мукозен периимплантитис конзервативниот третман даде извонредни резултати додека кај пациентот со класичен периимплантитис и покрај антибиотската терапија и дополнителната хируршка ревизија резултатите беа незадоволителни.

Сл.19.Ресорпција на остеинтегрираната коска околу имплантатот



Од преостанатите 58 мостови конструкции при редовните благовремени контролни прегледи кај 5 случаи констатиравме „претерано оптоварување“ на протетската структура врз имплантатот. Изразот „претерано оптоварување“ кој се среќава во литературата исклучиво можеме да го користиме на веќе поставена супраструктура врз имплантатите и никогаш поинаку (Ванкоски 2015).

Во литературата одговорот на периимплантното ткиво при големо оптоварување на супраструктурата не е доволно разјаснет. Но мора да напомниме нешто што е евидентно, коскното ткиво во зоната на остеинтеграцијата се ресорбира и доаѓа до расклатување на имплантатот.

За да не дојде до „претерано оптоварување“ покрај контролата на оклузијата со класичната метода на реоклудирање со артикулациона хартија, ние користиме и **Т-скен**. Дигиталниот Т-скен е една од најпознатите дијагностички средства за третман на оклузијата, достапни на стоматолозите денес.

Сл.20, 21, 22 Реоклузија со артикулациона хартија



Сл. 23,24,25 Т-скен



Т-скен системот е познат системот за анализа на оклузални Т-скенирање. Системот на Т-Скенирање може да обезбеди и да преведува информации за **загризот, силата и времето**.

Сите овие вредности се одредени точно и прецизно со вредност на секоја локација посебно. Кога ќе го загризи, системот на Т-скенирањето се врши анализа и прикажува информации во колор 3Д слики кои им помагаат на стоматолог да види било какви потенцијални проблеми со загризот.

Ако имаме „добар“ загриз кога пациентот ќе ја затвори уста, сите заби во исто време се допрени со приближно иста количина на сила.

Ако имаме „лош“ загриз, оклузијата е неурамнотежена, предизвикувајќи бројни прашања кои со текот на времето доведува до безброј проблеми и нелагодности.

Со помош на Т-скенот и со помош на реоклудирањето на загризот доведуваме до растоварување на поедини точки на мостовата конструкција поточно до растоварување на притисокот на имплантатот. Со тоа се избегнува прекумерното оптоварување кое е причина за ресорпција на остеоинтегрираната коскена структура околу имплантатот. Празниот – ресорбиран простор доведува до расклатување на имплантатот и секундарно накалимување на бактериска инфекција и појава на периимплантитис кој за волја на вистината се уште претставува сериозен проблем кај пациентите со имплантатни надоместоци.

Заклучок

Има одредени неуспеси при терапијата на беззабноста со вградување на импланти. Пациентите кај кои се направен имплантно-протетски третман вградени импланти и изработени супраструктури над нив, треба да ги почитуваат и спроведуваат препораките дадени од имплантологот и протетичарот.

Кај пациентите кај кои е направен имплантно-протетски третман треба да има редовна стручна контрола особено на оклузијата.

Користена литература:

- 1.Ashok S (2009) Prakticna Implantologija, Quintessence Publishing Co, Ltd
- 2.Vankovski V., Pavleski A, Belazelkova A.(2015) Peri-Implantitis-bacterial infection or supra-occlusion VII Macedonian Dental Congress with International Participation , Ohrid 11-14 June 2015
- 3.Vankovski V.(2013)Dental implantology, LAP LAMBERT Academic Publishing, Saarbrücken, Germany

ДИСТРИБУЦИЈА НА ОКЛУЗАЛНИ ВЕРТИКАЛНИ СИЛИ КАЈ МОСТОВНА КОНСТРУКЦИЈА СО ДВА НОСАЧИ И ДИСТАЛНО ПРОДОЛЖЕН ЧЛЕН

UDC: 616.314-76

Изворен научен труд

Вујасин С.¹, Бундевска Ј.², Кокаланов В.³, Дејаноска Т.⁴, Ванковски В.¹, Василева-Гешоска К.¹

¹Факултет за дентална медицина, ЕУРМ, Скопје, РМ

²Стоматолошки факултет, Стоматолошка протетика, УКИМ, Скопје, РМ

³Факултет за компјутерски науки, нумерички анализи и применета математика, УГД, ШТИП, РМ

⁴ПЗУ „Дентал Интернационал“ - Скопје

Апстракт

Дистрибуција на оклузални вертикални сили на забите кај дистално продолжената мостовна конструкција е различна од дистрибуцијата на класичната мостовна конструкција. Во трудот анализирана е дистрибуција на оклузални вертикални сили кај мостовна конструкција со три оклузални единици, кај малку скратен забен низ. Анализата беше направена со примена на метод на конечни елементи (МКЕ). Оптоварувањето е на сите членови на мостовната конструкција со сили од 0.5-512N. Резултатите покажуваат дека вредностите на дистрибуираните сили се во границите на познатите вредности на сили за премолари. Меѓутоа постои неравномерна дистрибуција на сили на двата заби носачи. Најголема сила се дистрибуира на дисталниот заб носач. Поместувањата се во границите на нормалните вредности за поместување на забите.

Клучни зборови: мостовна конструкција, дистално продолжен член, скратен забен низ, вертикални оклузални сили, Метод на конечни елементи (МКЕ), поместување

Abstract

Distribution of occlusal vertical tooth forces in distally extended bridge structures is different from the distribution of classical bridge structures. The study analyzes the distribution of occlusal vertical forces in a bridge construction with three occlusal units in a slightly shortened dental arch. The analysis was done using the finite element method (FEM). The load is on all units of the bridge construction with forces of 0.5-512N. The results show that the values of the distributed forces are within the limits of the known values of the forces for premolars. However, there is an uneven distribution of forces on both abutment teeth. The largest force is distributed to the distal abutment tooth. Movements are within the boundaries of the normal value for teeth movement.

Keywords: *bridge construction, cantilever bridge, shortened dental arch, occlusal forces, Finite Element Method (FEM), displacement*

Вовед

Дистрибуција на оклузални вертикални сили на забите носачи кај дистално продолжената мостовна конструкција е различна од дистрибуцијата кај класичните мостовни конструкции.

Correia и сораб. (2009) сметаат дека под влијание на цвакалните сили деформациите кај продолжената мостовна конструкција се многу поголеми отколку кај класичните, поради физичките принципи кои произлегуваат од тоа што продолжениот член делува како еднокрак лост.

Според Laurell (1985) и Awadalla и сораб. (1992) кај дистално продолжена мостовна конструкција поголеми сили се дистрибуираат на дисталниот заб носач за кој е прицврстен дистално додадениот член, а на мезијалниот заб носач има дистрибуирано помали сили.

За да се намали ефектот на еднокрак лост на продолжениот член, Edward (2012), Jeong и сораб. (2003) и Prashanti и сораб. (2010) препорачуваат оклузалната површина на продолжениот член да се намали, на него да нема оклузални контакти при статичка и динамичка оклузија.

За да се сочува интегритетот на потпорните ткива Sharma и сораб. (2012) сметаат дека планирањето на мостовната конструкција мора да обезбеди оптимално сигурна стабилност, статика на конструкцијата при делување на цвакалните сили.

Milas (2012) препорачува кај продолжената мостовна конструкција да се направи урамнотежена оклузија апсолутно без интерференци.

Fratila и сораб. (2012) пак велат дека дистално продолжена мостовна конструкција не може да биде во динамичка рамнотежа и предлагаат секоја таква конструкција да има најмалку два носача.

Постојат повеќе различни податоци за вредностите на максималните оклузални сили, но според Stanišić-Sinobad (2001) најчесто тие се во границите од 160-240N, на заби во фронталната регија и од 490-1000N во моларната регија.

Според Ferrario и сораб. (2004), како и Tortopidis и сораб. (1998) оклузалната сила варира во различни региони на забниот низ.

За нормалната функција на цвакалниот систем релевантни се функционалните цвакални сили, бидејќи појавата на болка како лимит фактор го штити цвакалниот систем од прекумерни максимални сили. Ова го потврдуваат и Johnsen и сораб. (2007) со испитувањето на јачината на оклузалната сила кај исти испитаници без и со анестезија.

Himmlová и сораб. (2007) кај испитаници со природни интактни забни низи измерила приближна вредност на обичните сили при цвакање со вредност од околу 135N.

Според Lundeen и Gibbs (1982) и Biswas и сораб. (2013) максималната функционална сила која се јавува во тек на актот на цвакањето изнесува 280N.

Sato (1971) и Lundeenu и Gibbs (1982) велат дека функционалните цвакални сили се 35-45% од измерените максимални оклузални сили.

Ќе и сораб. (2015) измериле средни вредности на функционалните цвакални сили за премоларните заби од 39-66N.

Braun и сораб. (1995) велат дека вредностите на функционалните цвакални сили се движат од 3.5-350N.

Според Waltimo и Koponen (1993) функционалните мастикаторни сили кај Европејците и Американците се движат од околу 60-100N.

Guo и сораб. (2009) констатирале дека стрес силите на периодонталниот лигамент кај дистално продолжена мостовна конструкција се зголемуваат пропорционално со зголемувањето на силата на оптоварување.

При дејство на оклузални вертикални сили, забите се поместуваат во периодонталниот простор. Во литературата постојат различни, но сепак апроксимативно блиски вредности за поместување на забите во периодонталниот простор. Една од најрелевантните причини за тоа е, тоа што периодонталниот простор е менлива средина.

Според Miura (1995) нормалните вредности на поместувањето на забите изнесуваат помеѓу 50 и 150 μm , а според Cohen и Orenstein забите со здрав пародонтален лигамент имаат движење помеѓу 50 и 200 μm .

Цел

Цел на трудот е да се направи анализа на дистрибуција на оклузални вертикални сили и поместување на забите носачи на мостовна конструкција, со два заби носачи и еден дистално продолжен член т.е. три оклузални единици, кај малку скратени забни низи.

Материјал и метод

Испитувањето е направено на компјутерскиот модел за чија изработка е користен модел од долна вилица со малку скратен забен низ.

Компјутерските анализи и генерирањето на мрежата на конечни елементи е направено со компјутерски софтвер SOFISTIK за деформациски стрес-анализи произведени во Нирнберг, Германија.

Методот на конечни елементи претставува нумерички метод на истражување, со кој испитуваниот објект или структура (континуум) се поделува на определен број на елементи со мали димензии и определена основна геометриска форма (конечни елементи). Конечните елементи се поврзани со дискретни точки (јазли) и на тој начин прават мрежа на конечни елементи, односно една целина на

континуумот. Преку анализа на конечните елементи се прави анализа на целиот континуум или на одредени негови делови.

Континуумот во нашето испитување претставува модел на долна вилица со малку скратен забен низ врз кој е моделирана дистално продолжена мостовна конструкција со три оклузални единици, два заби носачи 45, 44 и дистално продолжен член 46.

Вредностите кои беа потребни за моделирање на забите, периодонталниот лигамент, градивните материјали за мостовната протетичка конструкција и интензитетот на силите, земени се од литературни податоци.

Според Magne (2007), Lin и сораб. (2008) и Dorow и сораб. (2002) ткивата на природните заби се анизотропни, односно имаат различни модули на еластичност, особено периодонталниот елемент, поради што во нашето истражување е применета нелинеарна анализа.

Коскено ткиво е моделирано како круто, бидејќи беа следени само силите кои се дистрибуираат во периодонталниот лигамент.

Времетраењето на силата на оптоварување не беше земено како фактор за анализа.

Во истражувањето се применети симулирани вертикални оклузални сили, затоа што се смета дека тие се и најголеми и ја чинат основата на цвакањето од 0.5-512N.

Следена е дистрибуцијата на оклузалните вертикални сили и поместувањето на забите при истовремено оптоварување на двата заби носачи и дистално продолжениот член.

Статистичката анализа на добиените податоци беше направена со помош на компјутерскиот програм Statistica 7.0.

Резултати

По направените испитувања дојдовме до следниве резултати кои се прикажани во табели и слика.

На табела 1 прикажани се добиените вредности за дистрибуирани оклузални вертикални сили на забите носачи кај дистално продолжена мостовна конструкција со три оклузални единици при истовремено оптоварување на двата заби носачи 44, 45 и дистално продолжениот член 46.

Табела 1. Дистрибуција на оклузални вертикални сили врз забите носачи кај испитуваната мостовна конструкција

F заби	0.5N	1 N	2 N	4 N	8 N	16 N	32 N	64 N	128 N	256 N	512 N
46	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45	- 0,36	- 0,73	- 1,46	- 2,97	- 2,97	- 13,05	- 27,55	- 55,68	- 110,96	- 227,74	- 454,41

44	-	-	-	-	-	-2,96	-4,44	-8,29	-12,48	-28,20	-45,92
Вкупно	0,14	0,27	0,55	1,04	1,04	16,01	32,00	63,97	123,44	255,94	500,33

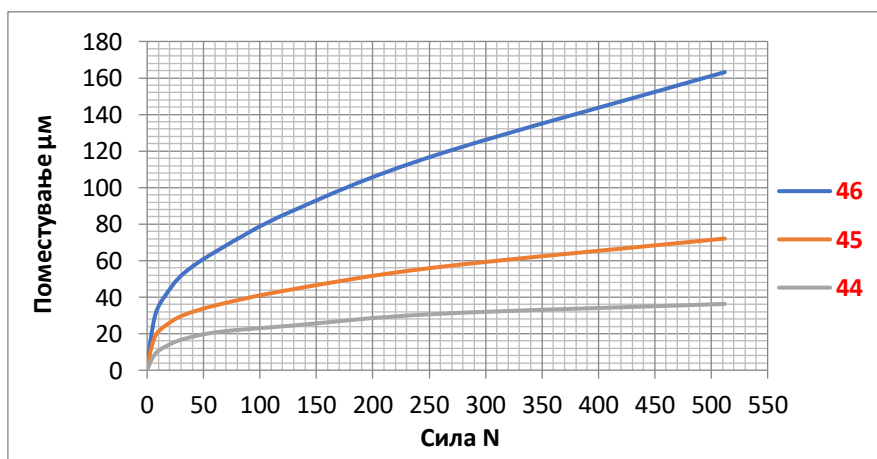
На табела 2 прикажани се добиените вредности за процентуалната дистрибуција на оклузални вертикални сили на забите носачи кај дистално продолжена мостовна конструкција со три оклузални единици при истовремено оптоварување на двата заби носачи 44, 45 и дистално продолжениот член 46.

Табела 2. Процентуална дистрибуција на оклузални вертикални сили врз забите носачи кај испитуваната мостовна конструкција

F заби	0.5 N	1 N	2 N	4 N	8 N	16 N	32 N	64 N	128 N	256 N	512 N
46	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45	72,82	72,70	72,77	74,08	74,08	81,49	86,11	87,04	89,89	88,98	90,82
44	27,18	27,30	27,23	25,92	25,92	18,51	13,89	12,96	10,11	11,02	9,18
Вкупно	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
о	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Кај мостовната конструкција со три оклузални единици, најголемо поместување има дистално продолжениот член 46, потоа дисталниот заб носач 45, па мезијалниот заб носач 34 (слика 1).

Слика 1. Поместување на забите носачи кај испитуваните мостовни конструкции



Дискусија

Цвакалната сила е резултат на комбинирана акција на цвакални мускули, биодинамика на долна вилица и рефлексни механизми. Познавањето на карактеристиките на цвакалните сили е особено значајно за планирање на протетичките изработки.

Денес постојат повеќе методи и техники за мерење и анализа на цвакалните сили и нивната дистрибуција врз потпорните ткива.

Во нашето истражување применет е медот на конечни елементи, а карактеристиките на испитуваните структури се земени од податоците на Bartakova и сораб. (2003), Панчевска (2004) и Li (2006) и сораб.

Резултатите од табела 1 покажуваат дека при оптоварување на двата заби носачи 45, 44 и на дистално продолжениот член 46 најголема количина на сила се дистрибуира на дисталниот заб носач 45 кој е непосредно до дистално продолжениот член 46. На дисталниот заб носач се дистрибуираат трипати поголеми сили отколку на мезијалниот, за малите сили, а дури десет пати се поголеми за силите над 100N. Дистрибуираните сили кај двата носачи приближно двојно се зголемуваат за секоја наредна аплицирана јачина на сила. Дистрибуираните сили на оптоварување се во рамките на функционалните цвакални сили на премоларите.

Апроксимативни вредности за карактеристиките на дистрибуираните сили, во однос на јачината на дистрибуираната сила, правецот на делување и зависноста од јачината на аплицираната сила ја опишуваат повеќе автори, меѓу кои се Johnsen и сораб. (2007), Biswas¹ и сораб. (2013), Himmlová и сораб. (2007).

При аплицирање на сила над 500N на дисталниот заб носач се аплицираат сили кои се многу повисоки од познатите вредности за сили на премоларите. Меѓутоа во објективни услови во цвакалниот ситем не очекуваме на премоларите да се развијат сили од 500N или поголеми, како последица на невромускуларната контрола на цвакалните сили и феноменот на болка.

Процентуалната дистрибуција на оклузални вертикални сили на забите носачи при истовремено оптоварување на двата заби носачи 45, 44 и на дистално продолжениот член 46 покажува дека, поголема количина на сила се дистрибуира на дисталниот заб носач. Процентот на дистрибуираната сила на дисталниот заб носач се наголемува со наголемување на аплицираната сила, а се намалува на мезијалниот заб носач. На дисталниот заб носач се дистрибуира трипати поголем процент отколку на мезијалниот за малите сили, а дури десет пати се поголеми за силите над 100N. Слични резултати прикажуваат Awadalla и сораб. (1992) и Laurell и сораб. (1985).

Поголемиот процент на дистрибуирана сила на дисталниот заб носач е поради тоа што дистално продолжениот член делува како еднокрак лост, а дисталниот носач е хипомоклион на лостот. До исти заклучоци дошол и André и сораб. (2009).

Кај мостовната конструкција со три оклузални единици, најголемо поместување има дистално продолжениот член 46, потоа дисталниот заб носач 45, па мезијалниот заб носач 34.

При истовремен контакт на сите членови очигледно е дека се случува ротација на конструкцијата со центар некаде на дисталниот заб носач.

Поместувањето на забите носачи е во исти правец со правецот на делувањето на аплицираната сила и се наголемуваат со наголемувањето на јачината на аплицираната сила.

Добиените вредности за поместување на забите носачи при дејство на сили се во рамките на нормалните вредности за поместување на забите со здрав пародонтален лигамент помеѓу 50 и 150 μm , објавени од Miura (1995) и Cohen и Orenstein (1994) дури и за максималните оклузални сили за премолари од 280N.

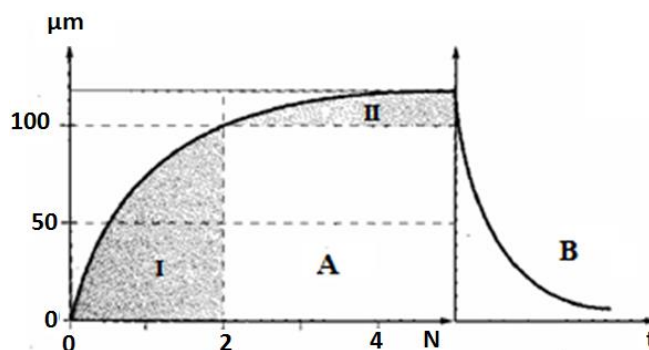
Поместувањето на дистално продолжениот член нема клиничко значење, бидејќи од хигиено-профилактички аспект, членот треба да отстојува од гингивата најмалку 0,5 mm.

Поместувањата на забите се поинтензивни при дејство на малите сили од околу 15-20N, а потоа се со намален интензитет. Тоа значи дека моделираниот периодонтален лигамент во почетокот на оптоварувањето е многу еластичен, а потоа станува се покрут односно настанува состојба на хитереза на периодонталниот лигамент. Ваквото однесување на моделот е приближно со парадонтограмот на забите при дејство на оклузални сили опишан од Малиновска и сораб. (2005).(слика 2)

Слика 2. Парадонтограм: А) фаза на делување на оклузална сила:

I) примарно поместување, II) секундарно поместување

В) фаза на престанок на силата



Во суштина најголемо поместување на забите се случува за време на примарното оптоварување сè додека не се постигне одредена крутост на периодонталниот лигамент. Секундарното поместување е помало, бидејќи е резултат на еластичноста на тврдите ткива и еластичноста на веќе меко крутиот периодонтален лигамент. Резултатите за поместување на забите во ова истражување се однесуваат само за примарното оптоварување, бидејќи коскениот ткиво во испитуваниот модел се третира како круто.

Заклучок

Врз основа на добиените резултати можеме да заклучиме дека математичкиот модел функционира добро.

Добиените резултати за дистрибуираните сили на забите носачи се во границите на познатите вредности на функционалните сили за премолари.

Пости нерамномерна дистрибуција на сили на двата заби носачи кај испитуваната мостовна конструкција.

Најголема сила се дистрибуира на дисталниот заб носач.

Поместувањата се во рамките на нормалните вредност за поместување на забите.

Потребен е сериозен пристап при планирање на статиката и оклузијата на ваквата мостовна конструкција.

Литература

1. André Ricardo Maia Correia **a** João Carlos Sampaio Fernandes **b** José Carlos Reis Campos **c** Mário Augusto Pires Vaz **d** Nuno Viriato Marques Ramos **d**. Stress analysis of cantilever-fixed partial denture connector design using the finite element method. Rev. odonto ciênc. 2009;24(4):420-425.
2. Awadalla HA1, Azarbal M, Ismail YH, el-Ibiari. Three-dimensional finite element stress analysis of a cantilever fixed partial denture. J Prosthet Dent. 1992 Aug;68(2):243-8.
3. Bartakova S., Suchanek J., Miculka J., Vanek J.. Computer simulation of bone tissue response to a partial removable denture fitted to a lower jaw. Scripta Medica (Brno) 2003; 76(1): 21-28.
4. Biswas S Bag2& S Pal3BIOMECHANICAL ANALYSIS OF NORMAL AND IMPLANTED TOOTH USING BITING FORCE MEASUREMENT. International Journal of Engineering and Applied Sciences, 2013, 4 (2): 17- 23
5. Braun S, Bantleon HP, Hnat WP, et al. A study of bite force, part 1; Relationship to various physical characteristics. Angel Orthod 1995; 65(5): 367-72.
6. Dorow C1, Krstin N, Sander FG. Experiments to determine the material properties of the periodontal ligament. J OrofacOrthop. 2002 Mar;63(2):94-104
7. Edward E. Hill, DDS., Decision-Making for Treatment Planning a Cantilevered Fixed Partial Denture. November/December 2009 Issue - Expires December 31st, 2012
8. Ferrario V, Sforza C, Serrao G, Dellavia C, Tartaglia G. Singletooth bite forces in healthy young adults. J Oral Rehabil 2004;31(1):18-22.
9. Fratila C., Vasiloaica S., Silivasan S., Sebesan V., Boitor V. , Stefl. Analysis of stress within the bridge and dental periodontal aggregate with one and two teeth support using photoelasticity. Digest Journal of Nanomaterials and Biostructures. 2012; 3(7): 1149 – 1155

10. Guo Y., Tang L., Pan Y.H., [Three-dimensional finite element analysis of the stress in abutment periodontal ligament of cantilever fixed bridge under dynamic loads]. *Zhonghua Kou Qiang Yi XueZaZhi*. 2009; 44(9):553-741.
11. Himmlová, Lucie & Goldmann, T & Konvickova, Svatava. (2007). Masticatory force measurement in natural dentition. [Journal of Biomechanics](#) 40 (2) · December 2007 with 6 Reads DOI: [10.1016/S0021-9290\(07\)70638-3](#)
12. Jeong C.M., Caputo A.A., Wylie R.S., Son S.C., Jeon Y.C. Bicortically stabilized implant load transfer. *Int J Oral Maxillofac Implants* 2003;18:59-65
13. Johnsen S.E., Svensson K.G., Trulsson M., Forces applied by anterior and posterior teeth and roles of periodontal afferents during hold-and-split tasks in human subjects. *Exp Brain Res*. 2007;178(1):126-34
14. Laurell L. Occlusal forces and chewing ability in dentitions with cross-arch bridges. *Swed Dent J Suppl*. 1985;26:160p.
15. Li L. et al. Tree-dimensional finite element analysis of weakened roots restored with different cements in combination with titanium alloy posts. *Chin Med J* 2006; 119(4):305-311.
16. Lin CL, Chang YH, Liu PR. Multi-factorial analysis of a cusp-replacing adhesive premolar restoration: A finite element study. *J Dent*. 2008;36(3):194-203
17. Lundeen HC, Gibbs CH. *Advances in occlusion*. Boston: J. Wright-PSG; 1982.
18. Magne P. Efficient 3D finite element analysis of dental restorative procedures using micro-CT data. *Dent Mater*. 2007;23(5):539-48.
19. MALINOWSKA JOLANTA, SOWIŃSKA MAGDALENA, BORGIEŁ WŁADYSŁAW. Mechanical properties of human tooth approximated with overdamped oscillators. [Acta of Bioengineering and Biomechanics](#). 2005 | Vol. 7, nr 1 | 59-67.
20. Milas I., Fiksnoprotetska terapija mostovima., diplomski rad., Sveučilište u Zagrebu, Stomatološki fakultet Zagreb, svibanj 2012.
21. Miura H. A measuring method of the three-dimensional tooth displacements. (in Japanese with English abstract). *J Jpn Soc Stomatognath Funct*, 1995; 2:2-10
22. Панчевска С. Математички модел за определување на дистрибуцијата на оклузалните сили кај мандибуларна двострана терминална беззабност. (магистерски труд) Скопје, 2004.
23. Prashanti E, Sajjan S, Kumar M. Comparison of stress patterns and displacement in conventional cantilever fixed partial denture with resin bonded cantilever fixed partial denture: A finite element analysis. *Indian J Dent Res [serial online]* 2010 [cited 2017 Jan 25];21:59-62. Available from: <http://www.ijdr.in/text.asp?2010/21/1/59/62797>
24. Sato Tomohiko . STUDIES ON THE MOMENTARY OCCLUSAL FORCES OF THE NORMAL PERMANENT PREMOLARS AND MOLARS. *Nihon Hotetsu Shika Gakkai Zasshi* 1971 Volume 15 Issue 2 Pages 291-303. <https://doi.org/10.2186/jjps.15.291>
25. Stanišić-Sinobad D. *Osnovi gnatologije*. Beograd: BMG; 2001

26. Tortopidis D, Lyons M, Baxendale R, Gilmour W. The variability of bite force measurement between sessions indifferent positions within the dental arch. *J Oral Rehabil* 1998;25(9):681–6.
27. Waltimo A, Kononen M. A novel bite force recorder and maximal isometric bite forces values for healthy young adults. *Scand J Dent Res* 1993; 101:171–5.
28. Ye Y1, Di P1, Jia S1, Lin Y2. Occlusal force and its distribution in the position of maximum intercuspation in individual normal occlusion: a cross-sectional study. *Zhonghua Kou Qiang Yi XueZaZhi*. 2015 Sep;50(9):536-9.

ПРЕДВИДУВАЊЕ НА ПРОГРЕСИЈАТА НА ПАРОДОНТАЛНА БОЛЕСТ ПРЕКУ ПРИМЕНА НА МЕТОДИ ЗА ПРОЦЕНКА НА РИЗИК

UDC: 616.314.17-02

Прегледен труд

Доц. д-р Ана Белазелковска-Грежловска

Европски универзитет на Република Македонија

Апстракт

Големата застапеност на пародонталната болест, последиците коишто нетретираната болест ги има врз оралното и општото здравје на луѓето, ја прави пародонталната болест сериозен здравствен проблем од јавен аспект. Постои огромна варијабилност во однос на прогресијата на пародонтална болест кај пациентите и само одредени индивидуи имаат или ќе манифестираат напредната форма на пародонтопатија.

Доказите во литературата укажуваат на директна и значајна поврзаност помеѓу неколку фактори на ризик и пародонтална болест. Затоа се препорачува а и се поголема е употребата на соодветни компјутерски и формални алатки за проценка на ризикот од пародонтална болест.

Употребата на алатки за проценката на ризикот на пациентите од пародонтална болест може да има значајно влијание во донесувањето на некои клинички одлуки како и да се запре или минимизира прогресијата на пародонталната болест.

Клучни зборови: *Пародонтална болест, проценка на ризик.*

PREDICTING PROGRESSION OF PERIODONTAL DISEASE USING METHODS OF RISK ASSESSMENT

Abstract

The high incidence of periodontal disease, the consequences that untreated disease has on oral and general health, makes periodontal disease a serious public health problem. There is enormous variability in the progression of periodontal disease in patients and only certain individuals have or will manifest the advanced form of periodontitis.

Evidence in the literature suggests a direct and significant association between several risk factors and periodontal disease. It is therefore recommended to use appropriate computer and formal tools to assess the risk of periodontal disease.

The use of risk assessment tools for patients with periodontal disease can have a significant impact in making some clinical decisions as well as to stop or minimize the progression of periodontal disease.

Key words: *Periodontal disease, risk assessment.*

Вовед

Се смета дека дури 80% од популацијата во текот на животот се афектирани од одреден облик на пародонтална болест.

Пародонталната болест, како и многу други хронични болести, има суптилна и латентна симптоматологија која може да се манифестира и стане евидентна и за самиот пациент, дури откако ќе биде направена голема деструкција на пародонталните ткива. Пародонталната болест покрај тоа што има хронична природа односно може да трае со години па и децении, има и прогресивна природа при што патолошкиот процес напредува континуирано поминувајќи низ фази на егзацербација и ремисија.

Ако заболувањето не се дијагностицира и третира на време, тогаш патолошките процеси кои се одвиваат во текот на пародонтопатијата односно пародонталната болест, а имаат деструктивна природа ќе предизвикаат неповратно оштетување на пародонтот (вклучувајќи ја гингивата, периодонталниот лигамент, цементот и алвеоларната коска) водат кон постепено и прогресивно губење на еден или поголема група на заб.

Имајќи во предвид дека пародонталната болест е една од главните причини за губиток на забите кај адултната популација, се користат различни клинички критериуми и параметри за утврдување на степенот на гингивално крварење, длабочина на пародонтален џеб, клиничко губење на атачмент, но и радиографски мерења на губење на алвеоларна коска а се со цел за утврдување на стадиумот на болеста, превентивни мерки и соодветен тераписки третман.

За да се одреди степенот и тежината на пародонталната болест како добар индикатор се смета одредувањето на длабочината при сондирање. При здрав пародонциум нема губење на епителната инсерција на забот и длабочината на сондирање на гингивалниот сулкус изнесува помалку од 2 mm. Но кога има губење на епителна инсерција и создавање на пародонтални џебови како патогномичен знак на пародонталната болест и длабочина на сондирање од 2 до 3 mm се дијагностицира умерена форма на пародонтопатија. Додека присуството на пародонтални џебови, кои достигнуваат длабочина над 6 mm, се дијагностицира како напредната форма на пародонтопатија.

Поради големата разлика во употребуваниите индекси и параметри за утврдување на стадиумот на пародонталната болест, нејзината преваленца се разликува од една студија во друга. Но сепак останува фактот дека голем број епидемиолошки студии потврдуваат дека преваленцата на пародонталната болест е во постојан пораст и дека заболувањата на потпорниот апарат на забот покрај денталниот кариес се најраспространети и имаат пандемски карактер. Се проценува дека преваленцата на напредната пародонтопатија афектира до 20% од адултната популација во светски рамки.

Голем процент од пациентите со пародонтопатија бараат третман во напредната фаза од болеста. Во денешни услови современата стоматологија нуди голем број на регенеративни техники за третман на пародонталната болест во напредната фаза, но поради високата цена на чинење овие терапевтски процедури претставуваат финансиски товар и за пациентот и за здравствениот систем. Како пример, во САД трошоците за лекување на пародонтална болест се проценува дека се движат од 500 до 10.000 долари во зависност од тежината на болеста.

Големата застапеност на пародонталната болест, последиците кои нетретираната болест ги има врз оралното и општото здравје на луѓето, ја прави пародонталната болест сериозен здравствен проблем од јавен аспект.⁴

Последните децении бележат голем број на научни истражувања за етиологијата и патогенезата на пародонталната болест. Сите тие сознанија придонесоа за подобро разбирање на иницијацијата, природниот тек на болеста, нејзината прогресијата и терапевтските резултати. Денес е јасно дека бактерискиот дентален плак е иницијален и неопходен етиолошки фактор за развој и патогенеза на пародонталната болест но потребна е и интеракција со имуниот и инфламаторниот одговор на чувствителниот домаќин. Јасно е и дека одговорот на домаќинот на пародонтогените микроорганизми е различен кај различни индивидуи.

Постои огромна варијабилност во однос на прогресијата на пародонтална болест кај пациентите и само одредени индивидуи имаат или ќе манифестираат напредната форма на пародонтопатија.

Според новите сознанија, порастот на истражувањата како и продлабочувањето на знаењата станува јасно дека одредени дополнителни ризик фактори имаат големо значење за подложноста, манифестацијата и прогресијата на пародонталната болест.

За една појава да биде класифицирана како фактор на ризик мора да исполнува два главни критериуми : да биде биолошки веродостоен каузален фактор за болеста и да е докажано дека претходи на развојот на болеста.³ Доказите во литературата укажуваат на директна и значајна поврзаност помеѓу неколку фактори на ризик и пародонтална болест.

Меѓу фактори на ризик со кои најчесто се поврзува хроничната пародонтална болест се вбројуваат: бактерискиот фактор на ризик, возраста, пушењето, стресот, генетскиот фактор и одговорот на домаќинот кој може да биде модифициран при одредени состојби како системските и хематолошки нарушувања, нарушената функција на полиморфонуклеарите, дијабетесот и примената на одредени лекови .

Ставот на Американската академија за пародонтологија е дека „Проценката на ризикот е составен дел од дијагностицирањето и лекувањето на пародонталната болест“. За разлика од дијагнозата која претставува израз на моменталниот статусна болеста, проценката на ризикот го предвидува статусот на болеста во иден временски период , како и брзината со која болеста веројатно би прогресирала.

Кога фокусот на стоматолозите би бил повеќе кон препознавање и проценка на ризик факторите наместо фокус кон очигледната патологија која некогаш бара и итна а често и хируршка интервенција , би направиле чекор назад и би го разгледале потенцијалот за развојна пародонтална болест во долг временски период. Со тоа би се намалила потребата од комплексна пародонтална терапија ,би се

намалиле трошоците за орална здравствена заштита и секако би се подобрило оралното здравје на пациентот.³

Според Американската академија за парадонтологија, проценката на ризикот е дефинирана како процес со кој се прават квалитативни или квантитативни проценки за веројатноста за појава на несакани појави како резултат на изложеност на одредени здравствени опасности или поради непостоење на корисни влијанија.

Еден од проблемите со проценка на ризикот кај пародонталната болест и неговата примена во превенција и менаџмент е тоа што таа претставува мултифакторијална болест, а индивидуалните ризик фактори значително се разликуваат во нивниот удел во зголемувањето на подложноста на оваа болест. Во тој контекст постојат четири нивоа³ кои треба да се разгледаат :

Прво ниво – проценка на ризикот на пациентот

Се изведува при првиот клинички преглед со добивање на податоци преку:

Фамилијарна анамнеза за наследни, вродени или генетски фактори на ризик, односно историја на заболување на гингивата или рано губење на забите во семејството; **Медицинска анамнеза** за системски болести, на пример: дијабетес мелитус, кардиоваскуларни заболувања и остеопороза; **Дентална анамнеза** –проценка на мотивација за орална хигиена; **Социјална анамнеза** - тековен или поранешен пушач; **Лоши навики** како бруксизам.

Второ ниво- проценка на ризик на цела усна празнина

Се изведува по направен пародонтален преглед и опфаќа: **Клиничко губење на атачмент во однос на возраста, оклузалните односи, степенот на орална хигиена, присуство на плак-ретенциони фактори, присуство на мобилна протеза, рецесија на гингивата, гингивална инфламација и длабочина на пародонтални џебови.**

Трето ниво- проценка на ризик на заб

Може и не мора да се изведе при првиот клинички преглед , а се прави после детален пародонтален статус и рендгенолошка анализа. Дел од оваа проценка вклучува: **Индекс на мобилност на забот, големината на дел од забот кој се наоѓа во коска(радиографски), локација и степен на зафатеност на фуркациите, индивидуална анатомија на забите-конвергентни или дивергентни корени, присуство на контактни точки, предвремени оклузални контакти, мукогингивални аномалии, субгингивални конкременти.**

Четврто ниво - проценка на ризик на локација

Оваа проценка се изведува после дефинитивната терапија и во фаза на потпорна терапија а вклучува: **Крвање при сондирање, ексудација од пародонтални џебови, индивидуална длабочина на џеб, ниво на губење на атачмент, неправилности и конкавитети на коренските површини.**

Овој пристап, исто така, му овозможува на клиничарот да ги одвои ризичните фактори кои можат да иницираат пародонтална болест од оние кои се одговорни за неговата прогресија или за неуспехот на почетната терапија. Проценката на ризикот на пациентите од пародонтална болест може да има значајно влијание во донесувањето на некои клинички одлуки. Сепак со оглед на тоа дека поголемиот дел од

стоматолозите не се обучени или доволно искусни во проценка на ризикот, ако нивото на ризик за одреден пациент се пресмета врз основа на субјективно мислење и ако истото се користи при донесување некоја клиничка одлука, сето тоа може да резултира со несоодветен третман. Затоа се препорачува а и се поголема е употребата на соодветни компјутерски и формални алатки за проценка на ризикот од пародонтална болест. Компјутеризираниите модели за проценка на ризик имаат моќ да интегрираат голем број на параметри математички, со што се зголемува точноста на прогнозата и истовремено се минимизира субјективноста на клиничарот.⁶

Во пародонтологијата денес, актуелни се неколку методи за проценка на пародонтални ризик-фактори.⁸

1.Oral Health Information Suite- OHIS (Орален здравствен информативен пакет)

Патентиран и заштитен информативен систем кој се состои од пакет на сродни алатки за главните орално здравствени проблеми: Кариес, пародонтална болест и орален карцином. Го квантифицира моменталниот стадиум на пародонталната болест и го квантифицира ризикот од појава на болеста во иднина. Дијагнозата е базирана врз следните клинички параметри: длабочина на пародонтални џебови, мобилност на забите, рецесија на гингива, зафатеност на фуркации, димензии на припојна гингива, плак индекс, крвавење при сондирање и радиографски детерминирано губење на алвеоларна коска. Вклучени се пет состојби во дијагнозата: Пародонтално здравје, гингивит, иницијална, умерена и напредната пародонтопатија (локализирана или генерализирана). Добиените резултати за ризични концепти ги инкорпорира во планот на третман, па така тераписките интервенции се рангирани и кодирани со различна боја за статусот на успех како такви што имаат најголема веројатност да бидат успешни, такви кои имаат помала веројатност за успех, и такви кои најверојатно нема да се успешни. Секоја промена во ризикот и состојбата на болеста се анализираат автоматски од страна на системот и се користат за ажурирање на потребите за третман. Пристап до информациите може да има само пациентот и докторот.

2.Periodontal Risk Calculator – PRC (Пародонтален ризик калкулатор)

Овој калкулатор претставува компонента на оралниот здравствен информативен пакет и е интернет-достапна алатка за стоматолозите. Калкулаторот користи алгоритам во кој математички се комбинираат 9 ризик фактори : Возраст на пациентот, историја на пушење, дијабетес, историја на пародонтална хирургија, длабочина на џебови, зафатеност на фуркации, супгингивални конкременти и реставрации, радиографски детерминирано губење на алвеоларна коска и инфракоскени лезии. Резултатите се прилично едноставни при што пациентот добива оцена за ризикот од 1 (низок ризик) до 5 (висок ризик). Овие податоци одат во комбинација со предложени опции за третман за докторот.

3.Hexagonal Risk Diagram For Periodontal Risk Assessment –PRA (Хексагонален дијаграм за проценка на ризик од пародонтална болест)

Овој функционален дијаграм функционален дијаграм се базира на шест клинички параметри за проценка на индивидуалниот ризикот на поедини пациенти за прогресија или повторна појава на пародонталната болест, како: број на места кои крвават при сондирање, број на пародонтални џебови подлабоки од 5mm, број на екстрахирани заби, радиографски детерминирано губење на алвеоларна коска, број на испушени цигари и присуство на генетски или системски фактори. Секој вектор претставува еден фактор на ризик и сите фактори треба да се евалуираат заедно при што областа на низок ризик се наоѓа во средишниот круг на хексагонот, а областа со висок ризик се наоѓа надвор од периферијата на вториот прстен со потемна боја. Помеѓу двата прстени со потемна боја постои област со умерен ризик. Ова се однесува ако ризикот се пресметува мануелно, но за овој ризик хексагон постои и соодветен програм кој е достапен на <http://www.perio-tools.com/pr/en/>. Програмот обезбедува индивидуален профил на ризик на пациентот и истовремено ја одредува и нуди предлог за фреквенцијата на контролни прегледи за пациентот во рамките на потпорната терапија.

4.Periodontal Risk Assessment Model (Модел за проценка на пародонталниот ризик)

Овој модел се базира и претставува модификација на ризик хексагонот за проценка на ризик од пародонтална болест. Од него се разликува по тоа што покрај губењето на коска како ризик фактор го воведува и губење на атачмент и притоа и двата параметра ги анализира во сооднос со возраста на пациентот. Друга разлика е тоа што дијабетес мелитус го вклучува како ризик-фактор одделно од факторот – системски болести.

5.Simplified Method (UniFe) For Periodontal Risk Assessment (Симплифициран метод за проценка на пародонталниот ризик)

Овој метод се базира на 5 параметри: статус на пушач, дијабетес мелитус, број на места кои крвават при сондирање, број на пародонтални џебови подлабоки од 5 mm и степен на губење на алвеоларна коска во однос на возраста на пациентот.

6.American Academy Of Periodontology Self-Assessment Tool (Американската академија за пародонтологија- Алатка за проценка)

Оваа алатка е достапна на веб-страницата на Американската академија за пародонтологија и се состои од прашалник со околу 13 прашања што поголемиот дел од пациентите би можеле лесно да ги одговорат. Овој прашалник е лесен за употреба ако се земе во предвид и дека на поголемиот дел од прашањата се одговара со да/не или не знам/не се сеќавам. Прашањата се однесуваат на возраста; полот; дали забележале крвање на гингивата; повлекување на гингивата или забите да изгледаат подолги; честотата на употреба на дентален конец; дали е посетен стоматолог во последните две години; дали некогаш му е кажано на пациентот дека има пародонтопатија или воспаление на гингивата; дали има извадено заби поради пародонтопатија; дали некои од членовите на семејството на пациентот имаат или имале пародонтална болест; дали пациентот пуши или користи тутунски продукти, и дали има некое системско заболување. Преку одговорите на прашањата со помош на комерцијален алгоритам, пациентот може да добие информација за ризикот од присуство или настанување на пародонтална болест (низок, среден или висок).

7.Dentorisk

Оваа компјутерска програма за проценка на ризик од пародонтална болест опфаќа вкупно 20 локални и системски фактори. Овој модел се разликува од другите во тоа што првото ниво на DentoRisk нуди брз скрининг врз основа на општ стоматолошки преглед, за да се утврди дали постои зголемен ризик од развој на пародонтална болест за целокупната дентиција. Потоа ако постои зголемен ризик, се преминува на второ ниво каде што се внесуваат информации од детален пародонтолошки преглед и таквата анализа веднаш генерира прогноза за прогресија на болеста за секој поединечен заб. Со оваа објективна прогноза па дури и за секој поединечен заб, стоматологот има солидна основа за планирање на понатамошниот третман.

8.Risk Assessment-Based Individualized Treatment –RABIT (Третман базиран на индивидуална проценка на ризикот)

Оваа алатка за проценка на ризик се разликува од другите по тоа што проценката на ризикот се прави како дел од поставувањето на првичната дијагноза. Исто така дизајниран е да за секој пациент поединечно прави електронски потсетници за наредната контролна посета и тоа фреквенцијата на посетите би се разликувала во зависност од неговиот ризик за кариес, пародонтална болест или евентуално скрининг за орален карцином.

Заклучок

Многу често мерките за превенција и третман на пародонталната болест се неоправдано одложени, овозможувајќи прогресија на болеста и понатамошна деструкција на пародонталните ткива, додека симптомите не станат очигледни или дури и болни.

Компјутеризираниите автоматски алатки за проценка на ризикот на пародонтална болест, му овозможуваат на стоматологот за неколку минути да ги идентифицираат пациентите кои имаат потреба од специјалистички третман многу порано во текот на болеста. Исто така компјутеризираниите модели за проценка на ризик се способни да интегрираат многу параметри математички, со што се зголемува прецизноста и точноста на прогнозата а се ограничуваат субјективноста на клиничарот.

Овие методи користат помалку податоци отколку што се забележуваат при стандарден пародонтолошки преглед, лесни се за употреба и добиените информации од нив се лесно разбирливи и прифатливи за пациентот.

Објективната оценката на ризикот од пародонтална болест овозможува примена на сеопфатен и индивидуален пародонтален третман за секој пациент поединечно во зависност од неговото ниво на ризик и тежина на болеста.

Користена литература

1. Carl F Loeb.PreViser – an online periodontal risk calculator: what does this offer to oral health stakeholders from a business perspective? PERIO 2007; 4(3): 181-186.
2. Chester W. Douglass.Risk assessment and management of periodontal disease.JADA, Vol. 137 November 2006.
3. Elizabeth Koshi, S. Rajesh,Philip Koshi, and P. R. Arunima.Risk assessment for periodontal disease.J Indian Soc Periodontol. 2012 Jul-Sep; 16(3): 324–328.
4. Киро Ивановски.Јавно- здравствени аспекти на пародонталната болест –книга од стручна област.Скопје 2013.
5. Lang, Niklaus P; Suvan, Jean E; Tonetti, Maurizio S (2015). Risk factor assessment tools for the prevention of periodontitis progression a systematic review. Journal of Clinical Periodontology, 42 Suppl(S16):S59-S70.
6. Leininger M, Tenenbaum H, Davideau J-L. Modified periodontal risk assessment score: long-term predictive value of treatment outcomes. A retrospective study. J Clin Periodontol 2010; 37: 427–435. doi: 10.1111/j.1600-051X.2010.01553.x.
7. Niklaus P. Langa / Maurizio S. Tonetti.Periodontal Risk Assessment (PRA) for Patients in Supportive Periodontal Therapy (SPT).Oral Health & Preventive Dentistry 1/2003, S. 7-16.
8. Rhea Kiran.R, Seema.Recent Advances In Periodontal Risk Assessment.Journal of Scientific Dentistry, 6(2), 2016.
9. Shimpi, Neel Anil, "Development and Evaluation of an Interdisciplinary Periodontal Risk Prediction Tool Using a Machine Learning Approach" (2017).Theses and Dissertations.

ЕВАЛУАЦИЈА НА МАРГИНАЛНА ПРЕЦИЗНОСТ КАЈ ДЕНТАЛНИ ЕСТЕТСКИ КОРОНКИ

UDC: 616.314-77

Прегледен труд

К.В. Гешоска¹, В. Ванковски², А.Б. Грежловска³, С. Вујасин⁴^{1,2,4} Клиника за стоматолошка протетика, Европски универзитет, Скопје,³ Клиника за болести на уста и пародонт., Европски универзитет, Скопје.

Апстракт

Прецизноста на внатрешното и маргинално налегнување на коронките е важен критериум за клиничкиот квалитет, успех и долготрајност на протетичките реставрации. Коронките служат за да ја воспостават изгубената функција и естетика без да го загрозат оралното или општото здравје на пациентите. Несоодветното налегнување на коронките е потенцијално штетно за препарираниот заб и за пародонциумот. Се овозможува навлегување и адхерирање на оралните бактерии кои предизвикуваат секундарен кариес, гингивална иритација и хиперсензитивност. Естетиката, отпорноста на фрактура и маргиналната точност се главни детерминанти на денталните коронки. Затоа, како главна цел на оваа студија е да се испита внатрешната и маргинална точност на целосно керамичките и металкерамички коронки.

Клучни зборови: маргинално налегнување, металкерамички коронки, целосно керамички коронки.

EVALUATION OF MARGINAL FIT OF AESTHETIC DENTAL CROWNS

Abstract

The precision of the internal and marginal fit of the crowns is important criteria for the clinical quality, success and longevity of prosthetic dental restoration. Crowns serve to establish lost function and aesthetics without compromising the oral or general health of patients. Inappropriate fitting of crowns is potentially harmful to the prepared tooth and the periodontal tissues. Passing through and adhering of oral bacteria causes secondary caries, gingival irritation and hypersensitivity. Aesthetics, fracture resistance, and marginal accuracy are the main determinants of dental crowns. Therefore, as the main purpose of this study is to examine the internal and marginal accuracy of all-ceramic and metal-ceramic dental crowns.

Keywords: marginal fit, metal ceramic crowns, full ceramic dental crowns.

Вовед

Напредокот на денталните материјали и иновативната технологија создава ветувачка иднина за прогресот во клиничката стоматологија. Со порастот на побарувачката на коронките се поставуваат и многу строги критериуми за нивната употреба. Освен естетската улога, многу важен критериум е внатрешното и маргинално налегнување кои играат важна улога во точноста и успехот на коронките¹. Фиксно протетичките реставрации со лошо налегнување на препариран заб се потенцијална опасност, дозволувајќи им влез и репродукција на орални бактерии и нивни биопродукти². Постигнувањето на интимно налегнување на коронките преку забното трупче е предизвик затоа што некогаш производствениот процес предизвикува деформација на истите. Високите критериуми во естетската стоматологија треба да ги задоволуваат отпорноста на фрактури, природниот изглед, пропустливост на светлина, биокомпатибилност и долготрајност на коронките.

Микропропустливоста преку рабовите на коронките и дентинските тубули може да доведе до секундарен кариес, хиперсензитивност, гингивит и воспаление на пулпата³. Така, несоодветното внатрешно и маргинално напасување на фиксните протетички реставрации, е причина која ја намалува нивната отпорност и долготрајност.

Дискусија

Holmes и сор. ја дале првата дефиниција за маргинално налегнување, поточно маргиналната дискрепанца мерејќи растојание помеѓу точки од површината на забот и внатрешноста на коронките. Тие тврдат дека успехот на реставрацијата се утврдува од различни фактори, меѓу кои е маргинално налегнување на истата. Несоодветното налегнување е потенцијално штетно за забот и за периодонталните ткива, предизвикано од растворувањето на цементот и ретинирање на плак. Меѓутоа, дефинициите за маргинално налегнување значително се разликуваат меѓу истражувачите и често истиот термин се користи за различни мерења, или различни термини се однесуваат на истите мерења⁴.

Најголем број истражувачи ги користат критериумите поставени од McLean и von Fraunhofer за проценка на клинички прифатлив маргинален меѓупростор. Според овој критериум тој треба да изнесува $120\text{ }\mu\text{m}$ ⁵. Yucel и сор. сметаат дека неадекватно маргинално налегнување, пошироко од $120\text{ }\mu\text{m}$ ќе ја намали

¹ White SN, Ingles S, Kipnis V. Influence of marginal opening on microleakage of cemented artificial crowns. J Prosthet Dent. 1994 Mar;71(3):257-64.

² Bader J, Rozier R, Mcfall W, et al.: Effect of crown margins on periodontal conditions in regularly attending patients. J Prosthet Dent. 1991; 65: 75-79.

³ Felton DA, Kanoy BE, Bayne SC, et al.: Effect of in vivo crown margin discrepancies on periodontal health. J Prosthet Dent. 1991; 65: 357-364.

⁴ Holmes, J. Robert, Stephen C. Bayne, Gene A. Holland, and William D. Sulik. "Considerations in Measurement of Marginal Fit." *The Journal of Prosthetic Dentistry* 62.4(1989): 405-408

⁵ McLean JW, von Fraunhofer JA. The estimation of cement film thickness by an in vivo technique. Br Dent J. 1971;131:107-111.

трајноста на реставрацијата поради изложеноста на цементот на флуиди од усната празнина⁶. Теоретски, просторот потребен за

цемент изнесува 20-40 μm , а внатрешното налегнување со простор од 50-100 μm се смета за прифатлив.

Во поновата литература маргиналниот интегритет претставува апсолутно вертикално растојание помеѓу демаркационата линија на препарираниот заб и рабовите на коронката, затоа сите постапки за време на производството на коронката треба да бидат прецизни и точни за да се произведе реставрација која одговара.

Препарацијата на забите мора да се базира на фундаменталните принципи за успешен протетички третман. Овие принципи треба да се базираат на штедење на забна супстанца, зачувување на интегритетот на пародонциумот, добивање на ретенциона форма на забното трупче, интегрирање со работ на идната коронка, обезбедување на услови за трајност и естетика на коронката. Препарацијата како фактор за прецизност на коронките ја испитувале Walter Renne и соработниците⁷. Тие докажале дека постои сигнификантна корелација помеѓу квалитетот на препарацијата и маргиналното налегнување на коронките.

Отпечатувањето како предуслов за маргиналната прецизност

Има нови постигнувања во технологијата што го промениле отпечатувањето и процесот на производство, како што се дигиталното отпечатување и систем на компјутерски потпомогнат дизајн / компјутерски потпомогнато производство (CAD/CAM). Стоматолошкото отпечатување е еден од клучните чекори за успешна протетичка реставрација и тие во голема мера може да влијаат на точноста на реставрацијата. Прецизноста на конвенционалните отпечатоци зависи од материјалот, вид на лажица и отпечаточната техника која се користи. Отпечатоците можат да бидат земени со широко употребуваните адициони силикони и дигитални отпечатоци. Споредбата помеѓу дигиталните и конвенционалните отпечаточни техники е многу актуелна во литературата.

Денталните дигитални отпечатоци сè повеќе стануваат популарни затоа што го поедноставуваат процесот на отпечатување, резултираат со поголема точност, се намалува времетраењето на посетата на пациентот и овозможува дигитално поврзување со заботехничката лабораторија. Кај дигиталните отпечатоци ја нема неудобноста при земање конвенционален отпечаток кај пациентите, и 3D дигиталните модели се високопрецизни и точни. Скенираните површини веднаш можат да се испратат во заботехничката лабораторија каде што ќе се изработуваат. Овие отпечатоци ја зголемуваат удобноста на пациентите, ги намалуваат можностите за грешка и го намалуваат времето потребно да се заврши случајот.

⁶ Yucel, Munir Tolga, Filiz Aykent, and Mustafa Cihat Avunduk. "In vitro Evaluation of the Marginal Fit of Different All-ceramic Crowns." *Journal of Dental Sciences* 8.3 (2013):225-230.

⁷ Walter Renne, et al. Predicting marginal fit of CAD/CAM crowns based on the presence or absence of common preparation errors. *The Journal of Prosthetic Dentistry*. 2012 Nov; 108(5):310-315.

Литературата покажува дека повеќе керамички материјали и системи во моментот се достапни за клиничка употреба, и не постои еден универзален материјал или систем за сите клинички ситуации. Успешниот третман значи спојување на материјалите за отпечатување, производството на коронките и цементирањето на истите со индивидуалната клиничка состојба. Субјективната проценка од страна на пациентите, комфорот при третманот, ефективностa и клиничкиот резултат се тема на многу дискусии. Yuzbasioglu и сор. заклучиле дека со дигиталното отпечатување се заштедува повеќе време отколку со конвенционалното отпечатување и пациентите го преферираат дигиталното наместо конвенционалното отпечатување⁸.

Повеќето дигитални системи се дизајнирани да се користат во комбинација со целосно керамички реставрации. Ова се совпадна со порастот на побарувачката за целосно керамички реставрации кои најдобро го имитираат изгледот на забите и со својата цврстина да се споредат со металкерамичките реставрации.

Фактори кои ја намалуваат точноста на конвенционалните отпечатоци можат да бидат погрешно одбрана големина на лажицата за отпечатување, крвавење од интервенцијата, неадекватна ретракција на сулкусот, ограничувања во хидрофилноста на масата, кратка работна фаза, помрднувања на пациентот, кинење и деформирање на отпечатокот при вадење од устата, димензионална нестабилност, потребната дезинфекција и неадекватно излевање. Дигиталните отпечатоци елиминираат многу од чекорите кои се применуваат кај конвенционалните отпечатоци како што се одбирање на лажица, дезинфекција и транспорт на отпечатокот, излевање, мануелно радирање на гипсените трупчиња.

Една студија објавува повеќе од 89% од отпечатоците испратени во заботехничка лабораторија биле незадоволителни, со една или повеќе грешки.⁹

Видови коронки и маргиналната прецизност

Многу материјали се користат во фиксната протетика, и секој има свои индикации, предности и недостатоци. Целосно керамичките коронки со своите подобрени естетски особини се сè почесто барани од пациентите, па така тие мораат да ги исполнуваат биомеханичките барања и трајност слична на металкерамичките реставрации.

Литиум дисиликатните коронки, е max press, се изработки од стакло керамика, кои идеално би се вклопиле во фронтална регија како коронки или естетски ламинати. Како резултат на природниот изглед и одличните светлосно-оптички карактеристики овој материјал е сè почесто користен во праксата. Коронките од овој материјал се изработуваат со топло пресувана техника или со CAD/CAM технологија.

⁸ Yuzbasioglu E, Kurt H. Comparison of digital impression techniques: evaluation of patient's perception, treatment comfort, effectiveness and clinical outcomes. BMC Oral Health. 2014 Jan; 14:10

⁹ Samet N, Shohat M, Livny A, Weiss EI. A clinical evaluation of fixed partial denture impressions. J Prosthet Dent. 2005; 94(2):112-117.

Компанијата која ги произведува Ivoclar Vivadent, тврди дека овој материјал може да издржи притисок до 500 МПа. Литиум дисиликатните коронки се одликуваат со голема свитлива издржливост и фрактурна отпорност според мастикаторните потреби и одлична естетика. Досега се правени многу студии за издржливост на IPS E max press коронките. Просечниот период на набљудување и следење на истите е 5,6 години. Успешен исход има кај 97,5% од нив. 2,5% од неуспешните случаи вклучуваат кршливост на материјалот, ендодонтски компликации и секундарен кариес¹⁰.

Металкерамичките коронки се традиционален тип на коронки кои најчесто се користат кај мостови и коронки во задна регија поради нивната цврстина и издржливост. Меѓутоа, тие се сметаат за помалку привлечни кај пациентите, па повеќето од нив се одлучуваат за целосно керамички коронки поради подобриот естетски изглед. Металкерамичките коронки содржат метална внатрешност на која се пече керамиката. Внатрешноста се добива со леене на Ni-Cr легура од каде што и ја добива цврстината, издржливоста и долготрајноста. Нивното внатрешно и маргинално налегнување е задоволително, а Baig и сор. во својата студија каде споредувале цирконија (Circon Y-TZP), IPS Empress II и металкерамички коронки, објавиле дека металкерамичките коронки имаат подобро налегнување од циркониумските коронки¹¹. Металкерамичките коронки се употребуваат повеќе од 40 години, и направени се неколку студии за нивната успешност и долготрајност. 5-годишна успешност и истрајност се покажало кај 90-97,5%, а 10-годишна издржливост кај 80% од испитаниците. Додека, пак, Pjetursson и сор. објавиле студија за 5-годишна успешност кај 95.6% од металкерамичките коронки¹².

Сè поголемата побарувачка за високоестетски коронки придонесе да се зголеми употребата за дентална керамика како за предна така и за задна регија во усната празнина. Употребата на цирконијата се зголеми во последните неколку години благодарение на естетиката и биокомпатибилноста. Таа има одлични механички карактеристики кои ја прават почесто употребувана од другите крамики во ресторативната стоматологија. Циркониумоксидот се користи како јадро на идната коронка. Иако постојат повеќе видови на цирконија, најчесто три се употребуваат во стоматологијата: итриум стабилизирана тетрагонална цирконија (Y-TZP), делумно стабилизирана цирконија со магнезиум (Mg-PSZ) и алуминиум стабилизирана цирконија. Итриум стабилизирана терагонална цирконија (Y-TZP) има голема фрактурна отпорност и биокомпатибилност. Таа се користи при изработка на дентални коронки, импланти, абатменти и брекети. Овој тип е најчесто користен во стоматологијата. Пресуваната керамика била демонстрирана како слична во прецизното налегнување како металкерамичките коронки. Од друга страна, пак, маргиналната прецизност на машински струганата керамика зависи од CAD/CAM системот, кој сè повеќе се усовршува, сè со цел да се добијат прецизни реставрации. Други истражувања покажале

¹⁰ The Dental Advisor. IPS e.max 5-year Clinical Performance Report 2012 29(06).

¹¹ Baig MR, Tan KB, Nicholls JJ. Evaluation of the marginal fit of a zirconia ceramic computer-aided machined (CAM) crown system. J Prosthet Dent. 2010 Oct;104(4):216-27.

¹² Pjetursson BE, Sailer I, Zwahlen M, et al. A systematic review of the survival and complication rates of all-ceramic and metal-ceramic reconstructions after an observation period of at least 3 years. Part I: single crowns. Clin Oral Implants Res. 2007;18:73-85. PubMed

дека најмал маргинален процеп имаат коронките изработени од пресувана леуцитна стакло керамика, а најлошо маргинално налегнување имале металкерамичките коронки¹³.

Методи за процена на маргинална прецизност на коронките

Многу години стоматолошките истражувачи испитувале дали и како коронките налегнуваат¹⁴. Како технологијата се развива, напредок и промени се случуваат и во мерење на налегнувањето на коронките: директно набљудување, пресеци на коронки, реплика техника, профилометрија, анализа на слика и 3D скенирање. Секој метод има свои предности и недостатоци, но визуелното набљудување не е веродостојно бидејќи процената е под влијание на субјективност и тактилна чувствителност на испитувачот.

Ин витро техника која се користи и е класичен метод на деструктивно испитување е правење пресеци на примероци, cross section техника, и потоа нивна анализа под светлосен или со електронски микроскоп. Радиографијата исто така, може да обезбеди информации во однос на маргинално налегнување на коронката, и повторно, најважно е времето на клиничка пракса. Профилометријата е недеструктивен метод. Ги претставува забното трупче и коронката што се испитува, поставени на иста фокална рамнина на монитор со прецизен фокус.

Реплика техника (РТ) претставува најпозната недеструктивна техника во литературата. Се користи лесно течлив силиконски слој, и се прават реплики на просторот помеѓу внатрешната површина на коронката и површината на забот. Најважна карактеристика на оваа техника е тоа што може да се користи, *in vivo* како и *in vitro*, бидејќи таа не подразбира уништување на примероци. Со помош на овој лесно течлив силиконски слој се пополнува просторот помеѓу коронката и забот и се стабилизира од ротирање. По отстранувањето од коронките, слојот се сегментира и се мери дебелината со стерео микроскоп. Главното ограничување на овој метод е изболчување, па дури и оштетување на материјалот при манипулација. Trifkovic и сор. и Assif и сор¹⁵ во своите ревијални трудови ја споредувале реплика техниката со други методи за испитување на маргинално налегнување и добиле најниски вредности на меѓупросторот, а со тоа ја проценуваат оваа метода како најпрецизна.

¹³ Sun J, Zhang FQ. The application of rapid prototyping in prosthodontics. J Prosthodont. 2012;21:641–644. PubMed

¹⁴ Demir N, Ozturk A, Malkoc M A. Evaluation of the marginal fit of full ceramic crowns by the microcomputed (micro-CT) technique. European Journal of Dentistry. 8(4), 437-444

¹⁵ Assif D, Antopolski B, Helft M, Kaffe I. Comparison of methods of clinical evaluation of the marginal fit of complete cast gold crowns. J Prosthet Dent. 1985 Jul;54(1):20-24.

Заклучок

Во оваа студија се напишани некои од размислувањата, заклучоци и критики на истражувачи кои работеле на проблематиката за маргинално налегнување на коронките добиени со различен тип на отпечатување и различни технологии на производство. Дали модерната, компјутеризирана технологија може да ги замени класичните техники на изработка на коронките?

Во однос на отпечатувањето, направени се некои испитувања дали модерната, компјутеризирана технологија може да ги замени класичните техники на земање отпечатоци. Досегашните резултати покажале дека дигиталните интраорални камери имаат предност во однос на класичното отпечатување поради удобност и прифатливост кај пациентите и отсуство на повеќефазни манипулации кои ја зголемуваат шансата за грешки.

Со развојот на технологијата и новите материјали во ресторативната стоматологија, истражувањата се прават со цел да укажат на тоа кои се соодветни за клиничка употреба, а кои за понатамошно истражување.

Користена литература

-Assif D, Antopolski B, Helft M, Kaffe I. Comparison of methods of clinical evaluation of the marginal fit of complete cast gold crowns. J Prosthet Dent. 1985 Jul;54(1):20-24.

-Bader J, Rozier R, Mcfall W, et al.: Effect of crown margins on periodontal conditions in regularly attending patients. J Prosthet Dent. 1991; 65: 75-79.

- Baig MR, Tan KB, Nicholls JJ. Evaluation of the marginal fit of a zirconia ceramic computer-aided machined (CAM) crown system. J Prosthet Dent. 2010 Oct;104(4):216-27.

- Demir N, Ozturk A, Malkoc M A. Evaluation of the marginal fit of full ceramic crowns by the microcomputed (micro-CT) technique. European Journal of Dentistry.8(4),437-444.

- Felton DA, Kanoy BE, Bayne SC, et al.: Effect of in vivo crown margin discrepancies on periodontal health. J Prosthet Dent. 1991; 65: 357-364.

-Holmes, J. Robert, Stephen C. Bayne, Gene A. Holland, and William D. Sulik.

"Considerations in Measurement of Marginal Fit." *The Journal of Prosthetic Dentistry* 62.4(1989): 405-408.

- McLean JW, von Fraunhofer JA. The estimation of cement film thickness by an in vivo technique. Br Dent J. 1971;131:107-111.

- Pjetursson BE, Sailer I, Zwahlen M, et al. A systematic review of the survival and complication rates of all-ceramic and metal-ceramic reconstructions after an observation period of at least 3 years. Part I: single crowns. Clin Oral Implants Res. 2007;18:73-85. PubMed

- Samet N, Shohat M, Livny A, Weiss EI. A clinical evaluation of fixed partial denture impressions. J Prosthet Dent. 2005; 94(2):112-117.

- Sun J, Zhang FQ. The application of rapid prototyping in prosthodontics. J Prosthodont. 2012;21:641–644. PubMed
- The Dental Advisor. IPS e.max 5-year Clinical Performance Report 2012 29(06).
- Walter Renne et al. Predicting marginal fit of CAD/CAM crowns based on the presence or absence of common preparation errors. The Journal of Prosthetic Dentistry. 2012 Nov; 108(5):310-315.
- White SN, Ingles S, Kipnis V. Influence of marginal opening on microleakage of cemented artificial crowns. J Prosthet Dent. 1994 Mar;71(3):257-64.
- Yucel, Munir Tolga, Filiz Aykent, and Mustafa Cihat Avunduk. "In vitro Evaluation of the Marginal Fit of Different All-ceramic Crowns." *Journal of Dental Sciences* 8.3 (2013):225-230.
- Yuzbasioglu E, Kurt H, Turunc R, Bilir H.Comparison of digital impression techniques: evaluation of patient's perception, treatment comfort,efectivness and clinical outcomes. BMC Oral Health.2014 Jan; 14:10

ЗДРАВЈЕТО НА РОМИТЕ – ЕДНА ОД РАНЛИВИТЕ ПОПУЛАЦИИ НА БАЛКАНОТ

UDC: 614.1(497.7:=214.58)

Стручен труд

364-787.9(497.7:=214.58)

Проф. д-р Митко Ивановски

Апстракт

Основните карактеристики за положбата на Ромите во Југоисточна Европа, важат и за нашата држава, а тоа се: висока стапка на сиромаштија, невработеност, маргинализирани и сиромашни населби, супстандардна инфраструктура, низок здравствен статус, ниско ниво на образование, како и несоодветна застапеност во политичката и јавна сфера. Во извештајот на ОН, стои дека: 22% од Ромите мажи и 39% од жените Ромки немаат никакво или имаат нецелосно образование; 65% од мажите Роми и 83% од жените Ромки никогаш не биле вработени; 27% од мажите Роми и 31% од жените Ромки страдаат од хронични заболувања.

Клучните наоди од студијата треба да послужат како водич за подготовка во кој ќе бидат изнесени препораки за подобрување на здравствената состојба и пристапот кон здравствените услуги на ромското население.

Клучни зборови: *Роми, здравствена заштита, сиромаштија*

THE HEALTH OF THE ROMA PEOPLE – ONE OF THE MOST VURNERABLE POPULATIONS ON THE BALKANS

Abstract

The basic characteristics of the situation of people in Romi – nationality in Southeast Europe are also valid for R. Macedonia, which is: a high rate of poverty, unemployment, marginalized and poor neighborhoods, substandard infrastructure, low health status, low level of education, and inadequate representation in the political and public sphere. The UN report states that: 22% of Roma men and 39% of Romani women, have no, or have incomplete education; 65% of Roma men and 83% of Roma women were never employed; 27% of Roma men and 31% of Roma women suffer from chronic diseases.

The key findings of the study should serve as a guide for preparation, which will set out recommendations for improving the health status and access to health services for the Roma population.

Keywords: *Roma, healthcare, poverty;*

Вовед

Поимот „Ранлива популација“ се однесува на групите кои се подложни на влошено здравје и често се соочуваат со социјална исклученост. Тука спаѓаат малцинските групи, лицата кои живеат во сиромаштија, старите лица и децата. Двата поима можат да се користат наизменично, иако тие се поврзани, бидејќи кога се истражуваат „здравствените нееднаквости“ има потреба да се истражи разликата во здравствениот статус во ранливата група споредбено со здравствениот статус на референтната група. Оваа студија се фокусира на здравствената состојба и пристапноста до здравствената заштита на една од особено ранливите групи во земјите на ЈИЕ, Ромите, со посебен фокус на жените Ромки¹.

Процесите за приклучување кон ЕУ, кои ги преземаа земјите од ЈИЕ во кои живее значителен процент на ромско население, ги изнесоа на површина проблемите поврзани со социјалната исклученост и дискриминацијата кон Ромите. Овие процеси, исто така, резултираа со зголемено внимание кон нееднаквостите во здравството во овие држави, а сè со цел приближување на јавното здравство на овие држави кон ЕУ стандардите. Друг значителен напор за унапредување на состојбата на Ромите претставува *Декадата на ромското вклучување*, која е започната во 2005 година со партнерството помеѓу Институтот отворено општество, Светска банка, УНДП, различни невладини организации за ромски права и други невладини организации, а има за цел унапредување на социо-економскиот статус и социјалната вклученост на Ромите. Оваа програма се залага за унапредување на благосостојбата на Ромите во четири приоритетни области, помеѓу кои е и здравството. Декадата се имплементира во 9 земји кои имаат значителен број на ромско население, вклучувајќи ги Бугарија, Хрватска, Чешка, Унгарија, Македонија, Црна Гора, Романија, Србија и Словачка. Други меѓународни организации, како што се УНИЦЕФ и СЗО обрнаа внимание на значењето на разликите во здравството и на ова поле обезбедија стратешки насоки за креаторите на политиките во државите на ЈИЕ.

Според последниот *Попис на населението, домаќинствата и становите во Р Македонија* од 2002 година, во Р Македонија живеат 53.879 припадници на ромската етничка заедница, што претставува 2,66% од вкупната популација. Меѓутоа, според други студии, кои се базираат на различни истражувачки техники, се вели дека реалната бројка на ромското население е поголема, односно дека во Македонија живеат приближно од 80.000 – 135.000 Роми.

Основните карактеристики за положбата на Ромите во Југоисточна Европа, важат и за Р Македонија, а тоа се: висока стапка на сиромаштија, невработеност, маргинализирани и сиромашни населби, супстандардна инфраструктура, низок здравствен статус, ниско ниво на образование, како и несоодветна застапеност во политичката и јавна сфера². Во извештајот на ОН, стои дека: 22% од Ромите мажи и 39% од жените Ромки немаат никакво или имаат нецелосно образование; 65% од мажите Роми и

¹Во извештајот од „Студијата за ранливост“ подготвена од страна на Програмата за развој при ОН (УНДП),

²Во извештајот од „Студијата за ранливост“ подготвена од страна на Програмата за развој при ОН (УНДП),

83% од жените Ромки никогаш не биле вработени; 27% од мажите Роми и 31% од жените Ромки страдаат од хронични заболувања.

Истата студија покажа дека во Македонија, Ромите живеат во сиромаштија, за три пати повеќе, споредено со останатото население.

Според друго истражување³, перцепцијата на Ромите е дека тие немаат еднаков третман со неромското население, кога пристапуваат кон јавните институции, вклучувајќи ги и здравствените институции. Ромите изјавиле дека тие се соочуваат со потценувачки однос не само од вработените во јавните институции, туку и од останатите граѓани кои се таму присутни.

Ромите претставуваат маргинализирана група во многу аспекти на јавниот и социјалниот живот, во кој спаѓаат и пристапот до здравствените услуги и квалитетот на здравствените услуги. Податоци од теренот и различни истражувања укажуваат на постоење на дискриминаторски практики во третманот на пациентите, иако здравствените работници тврдат дека такви практики не постојат. Исто така, постојат показатели, помеѓу здравствените работници има недостиг на информации за посебните потреби и навики кои ги имаат Ромите, кога пристапуваат кон здравствени услуги. Недостигот на здравствено осигурување, како и неприлагодените регулативи спрема социјалното и образовното милје на Ромите, уште повеќе ја продлабочува нееднаквоста. Сите горенаведени податоци претставуваат пречки во процесот на остварување на правото на здравствена заштита, меѓутоа уште повеќе претставуваат ризик фактори за здравствената состојба на ромското население.

Во однос на здравствената состојба на Ромите наодите од постоечката литература се согласуваат во три клучни точки 1) постојат релативно малку и недоволни податоци за здравствената состојба кај Ромите, 2) податоците кои постојат укажуваат на огромни разлики во здравствената состојба помеѓу Ромите и мнозинските етнички заедници, и 3) лошата здравствена состојба кај Ромите е тесно поврзана со фактот дека тие се најмногу застапени во групата на граѓани кои живеат во сиромаштија.⁴

Здружението за еманципација, солидарност и еднаквост на жените во Македонија – ЕСЕ при спроведување на проектите „Здравје за сите, здравје за Ромите“ и „Здравје за сите, здравје за Ромите“⁵, се здоби со увид во ситуацијата на полето на здравствената состојба на ромското население, пристапноста до здравственото осигурување и достапноста до здравствената заштита и квалитетот на здравствената заштита. Податоците главно се засноваа од теренската работа и работата на Информативниот центар во Шуто Оризари (населба во Скопје, каде што живеат Роми). Меѓутоа, недостасуваа статистички валидни податоци, како и продлабочено разбирање за коренот на проблемите.

Со цел да се разберат овие проблеми, како и да се извлечат заклучоци за нивно разрешување во проектот *Здравје за сите, здравје за Ромите*⁶, како дел од активностите, беше вклучено и спроведување

³ Извештај од „Јавното мислење и Ромите“ спроведено во склоп на Ромската декада,

⁵ проектите Здравје за сите, здравје за Ромите и Здравје за сите, здравје за Ромите 2 и 3 се финансиски поддржани од Фондацијата Институт Отворено Општество Македонија - ФИОМ

⁶ Фондација Институт отворено општество, Соочувајќи се со скриената болест: Туберкулозата во ромските заедници. Њу Јорк, САД, 2007.

на истражување помеѓу ромското население, здравствените работници и локалните НВО во ромските заедници. Студијата беше извршена на две нивоа: помеѓу ромската популација, за нивните перцепции и ставови во однос на пристапувањето кон услугите за здравствена заштита, и помеѓу здравствените лица од друга страна, како персонал кој ги нуди истите услуги.

Главен предмет во спроведувањето на истото беше, да се утврдат: социо-економската положба на ромското население; поседувањето на здравствено осигурување; покриеноста со здравствена заштита; навиките и ставовите на Ромите во поглед на остварувањето на здравствената заштита; перцепциите за квалитетна здравствената заштита; здравствената состојба на ромското население, како и навиките и однесувањата кои влијаат врз здравјето; перцепциите и однесувањата на здравствените работници кон пациентите Роми.

Карактеристики на здравствениот статус на Ромите во Р. Македонија

Здравствениот статус на Ромите не може да се набљудува изолирано од глобалните промени, како што се растечките социјални нееднаквости и проширувањето на јазот помеѓу богатите и сиромашните, како и епидемиолошката транзиција. Сето тоа влијае врз здравствениот статус на сите индивидуи, но особено ги засега социјално најзагрозените групи на население како што се Ромите. Сиромаштијата, дискриминацијата и маргинализацијата, се дел од секојдневната реалност со која се соочуваат Ромите, што пак резултира во лоша здравствена состојба на индивидуално ниво и на ниво на заедница. Причините за лошото здравје се многукратни: нискиот степен на образование, невработеноста и сиромаштијата кои постојано ја потхрануваат социјалната ексклузија.

Лошите економски и социјални услови влијаат врз здравствената состојба на Ромите за време на целиот животен циклус. Притоа, лошите животни услови можат да бидат претставени во многу форми: недоволни можности за добро образование, висока стапка на невработеност, лоши услови на домување, лоши работни услови, неквалитетна животна околина, лица без документи и без здравствено осигурување, нездрави животни стилови на живеење, недоволна достапност до квалитетна здравствена заштита итн. Сите овие неповолни околности кај Ромите ретко одат изолирано и имаат тенденција да се сконцентрираат и да се акумулираат за време на целиот животен циклус. Колку подолго луѓето живеат во неповолни животни, социјални и економски околности, толку се поголеми шансите за лошо здравје и предвремена смрт. Потребен е еден сеопфатен пристап во унапредувањето на нивниот здравствен статус, при што достапноста до здравствени услуги е само еден сегмент. Тоа можеби е и одговор на прашањето зашто многуте напори да се сопре долгата историја на социјална исклученост на Ромите и тие да се интегрираат во општеството, досега не даваат задоволителни резултати.

Истражување

За собирање на податоците се употреби анкета по пат на претходно подготвен анкетен прашалник помеѓу 50 испитаници Роми, како и две фокус-групи помеѓу ромското население во населбата Шуто Оризари - Скопје.

Прашалникот беше подготвен со намера да се добијат податоци од областите на: социо-економската положба на ромското население, вклучувајќи ги условите на домување, вработувањето, користењето на социјална помош, здравственото осигурување, вклучувајќи ја сегашната и минатата состојба на поседување здравствено осигурување кај испитаниците; здравствената заштита, вклучувајќи ги достапноста до здравствената заштита, користењето на здравствените услуги, квалитетот на услугите, здравствена заштита за време на бременост и породување; здравствената состојба (најчести хронични заболувања) на ромското население.

Редовни финансиски приливи	9%
Основно образование имаат	65%
Социјална помош примаат	50%
Вработеност на црно	28%
Здравствено осигурување немаат	12%
Матичен лекар имаат	81%
Задоволство од матичен лекар	75%
Хроничен здравствен проблем имаат	50%
Посета на лекар во бременост	32%
Породување дома	голем процент

Според родова студија: жените Роми имаат: пониско образование, поголем процент се невработени, имаат полошо здравје, се породуваат дома со нестручна помош (бабици), имаат хронични здравствени проблеми, раѓаат многу деца, изложени се на семејно насилство, многу абортуси, патријархален начин на живот.

По пат на вкрстување на варијаблите од социо-економските показатели со варијаблите од здравствената заштита и здравствената состојба, се утврди меѓусебната поврзаност на социо-економската состојба со квалитетот на здравствената заштита, како и со здравствената состојба.

Клучните наоди кои произлегоа од студијата ги дефинираа проблемите кои имаат значително влијание врз здравјето кај Ромите. Односно главни проблеми со кои се соочува ромското население се:

- нискиот степен на образование
- високата стапка на невработеност
- сиромаштијата

Постојат теории дека нашето здравје е под влијание на многу фактори, вклучувајќи место каде што живееме, генетика, нашите приходи, нашиот образовен статус и нашите општествени односи - овие

се познати како "социјални детерминанти на здравјето на луѓето." А за социјалниот градиент важи правилото, најсиромашните имаат најлошо здравје. Сето ова придонесува кон лошиот здравствен статус на Ромите, кое се изразува со одговорите на прашањата на прашалникот, односно само 9% од испитаната маса има редовни приливи плата од работа кај работодавач во кој било сектор на сопствеништво (приватно, државно, мешовито, заедничко...).

Загрижувачка е состојбата со образованието, каде голем дел од ромската популација не знаат да читаат и пишуваат, голем дел немаат завршено основно образование, 24% од испитаниците немаат завршено основно образование. Нискиот степен на образование кај Ромите води од една страна кон невработеност, што е проследено со понеповолна економска состојба, од друга страна нискиот степен на образование води и до понизок степен на здравствена култура и до помала свесност за опциите кои се нудат во сферата на здравството.

Сиромаштијата е проблем кој во голема мера е застапен помеѓу ромското население. Причините за сиромаштијата влечат корени од нискиот степен на образование и големата стапка на невработеност. Податоците од истражувањето укажуваат дека дури 50 % од испитаниците како главни извори на средства за живеење им е социјалната помош.

Самостојно вршат дејност без регулиран статус на вработен/а односно работат на црно 28% од испитаниците. Приходи кои се ниски, непостојани и несигурни. Поради тоа голем процент на ромски семејства живеат во сиромаштија, сите приходи ги трошат на исхрана, без притоа да им останат средства за други потреби (хигиенски, здравствени потреби).

Податоците од истражувањето укажаа дека состојбата со здравствено осигурување се подобрува кај ромското население (9% од испитаниците немаа здравствено осигурување). Со тоа им е олеснет пристапот до користење на здравствените услуги. Произлегоа сознанија дека мерките кои се преземаа за подигање на свеста кај ромската популација во однос на потребата за здравствено осигурување, резултираа со значително подобрена состојба. За оваа состојба позитивно влијание имаа и мерките, кои ги спроведе државата, во однос на олеснување на постапката за остварување на правото на здравствено осигурување и голем број на невладини организации кои работат на ова поле.

Покриеноста со примарна здравствена заштита, како и користењето на услуги од истата е на задоволително ниво, 87% од испитаниците имаат матичен лекар (4 испитаници немаа здравствено осигурување, затоа немаат матичен лекар, и двајца никогаш не посетија здравствена институција и сметаат дека немаат потреба од матичен лекар).

Најголем процент 82% од испитаниците се задоволни од нивниот матичен лекар, односно од примарната здравствена заштита, која во Р Македонија е приватизирана. Состојбата со секундарните и терцијарните здравствени установи е поинаква, дури 91% од испитаниците имаа тешкотии во добивањето на здравствена заштита, притоа посочија дека најголемиот проблем беше во долготрајното чекање. Но глобално се задоволни од здравствената услуга која ја добија во установата, 64% се задоволни од услугата која ја добија.

Сите овие појави негативно влијаат врз здравствената состојба на Ромите. Објективните податоци покажуваат висока застапеност на хронични заболувања. Хроничните заболувања се застапени кај половината од испитаниците, односно секој втор испитаник страда од хроничен здравствен проблем.

Иако испитаниците во добар процент се соодветно покриени со здравствена заштита, сепак загрижува фактот што здравствената заштита за време на бременоста и породувањето се уште не е во задоволителни рамки. Исто така, проблем претставува неприлагоденоста на услугите на здравствената заштита и здравствените работници кон посебните потреби на ромското население. Особено се истакнува недоволното и неприлагоденото појаснување за проблемите поврзани со болеста, терапијата, исходот на болеста, како и за потребата од редовно контролирање на хроничните заболувања, од страна на здравствениот персонал.

Еден од основните принципи на студијата беше сите податоци да се разгледуваат и од родов аспект. Преку овој начин на анализирање на податоците, студијата ја прикажа неповолната состојба во која се наоѓа жената Ромка. Жените во ромската заедница се значително повеќе погодени од сите негативни влијанија за здравјето, отколку мажите Роми. Односно жените се со пониско образование отколку мажите, потоа во многу повисок процент жените се невработени и немаат никакви сопствени примања. Приоритетите во семејството се ставаат на мажот и машките деца. Следствено на тоа и здравствената состојба на жените Ромки е на полошо ниво отколку кај мажите.

Загрижувачки фактор се и условите за породување на ромската жена, тоа е комплексна ситуација која би требала да се истражува за причините зошто се одвива вон болничките установи, која е позадината на нестручните породувања во домашни услови, довербата во неквалификуваните бабици и можностите да се развијат разни компликации притоа да се нема соодветен технолошки арматориум, кој во болнички услови е неопходен за одвивање на едно нормално породување. Во ситуации кога се работи за породување на жена Ромка има два показател - едниот е неписменоста, која е многу висока кај нив (поголема од Роми мажи), и вториот показател е дека се работи за ромска популација која сама по себе е во патријархален дух на воспитување, недоволно информирана за пристапот до здравствената заштита, финансиските причини итн.

Заклучни согледувања

Кога е во прашање ромскиот народ, во здравството како сегмент, се појавуваат определени специфики, кои се разликуваат од генералната национална слика за здравствената состојба. Ваквата специфика на здравствената состојба на Ромите, пред сè, се должи на лошата социо-економска состојба, бидејќи тие се главно невработени, без редовни примања, што се одразува на квалитетот на исхраната, неможност за придржување на диеталниот режим на исхрана, неможност за обезбедување на редовна терапија, супстандардни услови за домување. Ромското семејство е повеќе члено и живее во мал, неосветлен и влажен простор, без постоење на потребна инфраструктура, непостоење на здравствено

осигурување, недоволна примарна здравствена заштита (во населените места претежно со Роми постојат мал број на амбуланти, со недоволен број на медицински персонал), послаба превентивна заштита (нередовен одсив на родителите за имунизација на децата, нередовни систематски прегледи на децата и жените), ниско ниво на здравствено образование и култура на ромската популација, скапи здравствени услуги и лекаства, специфичен менталитет и традиција. Ромите најчесто лекот го бараат во парамедицината со што се губи драгоцено време, а раното стапување во брачна заедница, нерамноправност на брачните другари, помало вреднување на женското дете, дискриминација во здравственото згрижување од страна медицинскиот персонал, недоволна информираност за здравствените права, тешката физичка работа и загаденоста на околината, придонесуваат за нивното лошо здравје. Како најчести болести меѓу помладите Роми се сметаат заразните заболувања, а кај возрасните кардиоваскуларни заболувања, дијабетес, респираторни заболувања, нервни растројства, додека кај адолесцентите во пораст се болестите на зависност, посебно наркоманијата.

Со цел да се подобри здравствената состојба на Ромите, потребно е поголемо внимание од општеството, обука на населението, популаризација на придобивките за здрав живот, но и поголема вработеност и живот во подобри услови.

Concluding observations:

When it comes to the Roma people, in health care as a segment, certain specifics appear, which differ from the general national picture of the state of health. This particularity of the health status of Roma is primarily due to the poor socio-economic situation, since they are mainly unemployed, without regular income, which reflects on the quality of the diet, the inability to adhere to the diet regime, the inability to provide on regular therapy, substandard housing conditions. The Roma family is multiparty and lives in a small, illuminated and humid area, without the necessary infrastructure, lack of health insurance, insufficient primary healthcare (in the settlements, mostly with Roma, there are few clinics within sufficient number of medical staff) weaker preventive care (parental irregular response to children's immunization, irregular systematic examinations of children and women), low level of health education and culture of the Roma population, expensive health services medication, specific mentality and tradition. Roma often seek medicine in paramedicine, which wastes valuable time, and early marriage, inequality of spouses, less appreciation of a female child, discrimination in health care by medical staff, insufficient information on health rights, hard physical work and pollution of the environment, contribute to their ill health. The most common diseases among younger Roma are contagious diseases, and in adult cardiovascular diseases, diabetes, respiratory diseases, nervous disorders, while adolescents on the increase are addictive diseases, especially drug addiction.

In order to improve the health status of Roma, more attention is needed from society, training of the population, popularization of the benefits for a healthy life, but also greater employment and life in better conditions.

Користена литература

1. Лакинска-Поповска, Д. Vulnerability of Roma Children in the Dispersed Roma Communities in Skopje, Study Projects, Skopje: UNICEF and World Bank, 2000.
2. Европски центар за малцински прашања (ЕЦМП). Ромите за интеграцијата: Анализа и препораки, 2005
3. Стратегија за Ромите во Република Македонија, 2005
4. Европски центар за ромски права, *Брзата помош не е на пат: Срамотата на здравствената заштита на Ромите во Европа* (2006), достапно на: <http://www.errc.org/cikk.php?cikk=2632>.
5. Европски центар за ромски права и Национален ромски центар, „Писмени коментари на Европскиот центар за ромски права и на Националниот ромски центар за Република Македонија (2006), достапно на: <http://www.errc.org/db/01/EE/m000001EE.pdf>
6. Фондација Институт отворено општество Македонија, *Годишен извештај 2005*,
7. Влада на Македонија, *Акционен план за декадата*, достапен на: <http://www.romadecade.org/index.php?content=1>.
8. Влада на Македонија, *Програма за изградба и одржување на становите во сопственост на Република Македонија* (2006).
9. Агенција за вработување на Република Македонија, *Преглед на невработените лица по национална припадност* (2006), достапно на Македонски јазик на: <http://www.avrm.gov.mk>.
10. УНДП, *Лицата на сиромаштијата, лицата на надежта: Профили на ранливост на ромското население во Декадата на Ромите, Вклучени земји* (2005), достапно на <http://vulnerability.undp.sk/>.
11. Светска Банка, *Студија за проценка на потребите за Фондот за образование на Ромите, Основен документ, Република Македонија* (2004), достапно на: <http://siteresources.worldbank.org/INTROMA/Resources/>
12. Bossert T. Report on workshop on health systems and policies in Macedonia: evaluation, recommendations and follow-up. Harvard School of Public Health, 1 December 2003.
13. Ernst & Young. Action plan for the Health Insurance Fund for the Republic of Macedonia. Final report, January 2005.
14. European Observatory on Health Care Systems. The Former Yugoslav Republic of Macedonia - Health systems in transition profile 2004 (draft).
15. Health Sector Management Project/Project Co-ordination Unit. Workplan for national health strategy development in Republic of Macedonia. Skopje, 25 July 2005.

МОРАЛ И ЕТИКА

UDC: 17.0

*Прегледен труд***д-р Зоран Крстевски***Скопје, Република Македонија*

Апстракт

Многумина од најзначајните проповедници на етичката мудрост и духовност извршиле огромно влијание врз културата и секојдневното живеење на луѓето. Нивните морални поуки се пренесуваат од епоха во епоха, зашто ја предпочуваат позитивната определба и ги истакнуваат нормите кои водат кон доброто и хумано постапување.

Суштинската цел на Етиката е да покаже дека во животот е многу поважно да се Биде, отколку да се Има, односно да се биде човек, кој се раководи според љубовта, разумот, позитивните дела и моралноста, а не според егоизмот, алчноста, насилството и негативноста. Таа својата основа ја темели врз педагошко-воспитниот мотив - да се научат луѓето правилно да живеат. Тоа може да се постигне ако секој поединечно стане доследен во доблесното дејствување, ако манифестира висок степен на свест за општото добро, ако иницира скромност во живеењето и ако се определи за богатството на знаењето и духовните вредности.

Етиката стана вештина и наука на самоодржувањето на луѓето, со обврски секој човек да мора добро да постапува, а љубовта и сочувството да му бидат идеја водилка во текот на животот.

Таа во преден план го поставува правилното воспитување и ги изложува нормите кои упатуваат кон почитување на моралот, духовноста и хуманоста. Човекот кој животот го води според етичките законитости, нужно ги осознава последиците од насоченоста кон злото, но и придобивките од определбата кон доброто.

Клучни зборови: *етика, морал, добро, вредност, позитивни дела*

MORAL AND ETHICS

Abstract

Many of the most important preachers of ethical wisdom and spirituality have made enormously influenced on culture and everyday life of people. Their moral lessons are transmitted from an epoch in an epoch, because they propose a positive determination and emphasize norms that lead to good and humane treatment.

The essential aim of Ethics is to show that in life it is more important to Be, than to Have, that is, to be a man who is guided by love, reason, positive acts and morality, and not by egoism, greed, violence, and negativity. It grounded itself on the pedagogical-educational motive - to teach people to live properly. This can be achieved if each individually becomes consistent in virtuous action, if it manifests a high degree of consciousness for the common good, if it initiates modesty in living and determines the wealth of knowledge and spiritual values.

The Ethics has become a skill and science of self-preservation of people with obligations that every person must act well, and love and compassion be an guide idea throughout life.

It sets the right education in the foreground and exposes the norms that refer to respect morality, spirituality and humanity. The man who leads life according to ethical laws, necessarily recognizes the consequences of the focus on evil, but also the benefits of the determination towards good.

Key words: *ethics, moral, good, values, positive acts*

Вовед

Во историјата имало многу мудри и етични поединци кои несебично ги споделувале своите сознанија за вредноста на добродетелта. Поуките за правилно постапување и морално облагородување се основен норматив на етиката. Многумина од моралистите се светители, просветители, учители, етички реформатори, креатори и иницијатори на поучниот збор и дело.

Моралистите спаѓаат меѓу најважните личности и учители на своите народи, кои луѓето ги упатувале да вложуваат во вредносното и доблесното, ги мотивирале да се издигнуваат над негативното однесување и да живеат според начелата на етиката и духовноста. Тие во своите дела ги експонирале најдобрите карактерни својства на човечкото суштество и ги застапувале идеалите за ненасилство, правдина, љубов, толеранција, солидарност, вистина и многу други позитивни категории на животот.

Творечката и креативна дејност на моралистичките мислители може да се согледа низ разните книжевни форми, научни методи и филозофски искажувања, преку кои ја иницирале својата етичка размисла и хармонично влијаеле врз моралот и свеста на луѓето од најмал до најстар.

Тие го поттикнуваат човекот да се соочи со самиот себеси и да си ги постави прашањата за вредностите и слабостите присутни во неговата живеачка: Што носи иднината? Дали со морално дејствување можам да успеам во светот кој е преполн со конфликти и недоразбирања? Дали вреди да се биде етичен и духовен? Како да се справам со секојдневните притисоци? Како да ја постигнам психофизичката рамнотежа и да остварам корисен и среќен живот? - Такви и слични прашања во сите времиња си поставувале луѓето.

Моралистите преку своите духовни сознанија, поучни решенија и позитивни настојувања ја унапредиле етичката мудрост и го отвориле патот кон правилните морални начела. Тие сметале дека за луѓето е најважно да го облагородуваат духот, да се насочат кон вредностите, да се оспособат за човекољубие и да станат свесни за последиците од определбата кон доброто или кон злото. Затоа го поставиле

прашањето: „Дали во односот со блиските и со лицата кои не опкружуваат треба да се постапува етички, да се биде верен на должноста, да се иницираат правичноста, хуманоста, алтруизмот и ориентираноста кон вредноста и добродетелта? Или, пак, човекот треба исклучиво да се води според потребите на сопствената личност, да ги развива егоизмот, алчноста, нетолеранцијата, конфликтноста и определбата во другиот да не гледа ближно суштество, туку поединец кој може да претставува закана и „смртен непријател“ на „психофизичкиот комодитет“?

Определбата кон доброто и позитивното, развојот на моралните потенцијали и разумниот пристап кон искушенијата се показател за присуството на етичката мудрост во свеста на човекот. Но, за да се почувствува вредноста и благородното влијание на етичката мудрост, неопходно е секоја индивидуа да осознае што претставува Етиката, какви се проблемите на живеењето и каква е улогата на етиката во елиминирањето на разните ограничувачки и отуѓувачки ситуации.

1. Етиката - наука за животните вредности

Етиката е една од најважните науки и суштинска филозофска дисциплина која ги дава определбите, содржините и начелата за воспоставување на алтруистичките, добродетелните и моралните вредности на животот. Таа во преден план го поставува правилното воспитување и ги изложува нормите кои упатуваат кон почитување на моралот, духовноста и хуманоста.

Терминолошката одредба или дефиниција на Етиката е дека таа е филозофска дисциплина за смислата и за вредностите на моралот, како и за животните дејства на поддржување на доброто и избегнување на злото. Иако моралната проблематика била мошне развиена во античката филозофија, особено кај софистите, кај Сократ и кај Платон, поимот „етика“ и осамостојувањето на етиката како посебна филозофска дисциплина ги создал Аристотел, кога ја пишува својата книга „Никомахова етика“. Тој, делејќи го човековото психичко дејствување на две области: на разумен, односно логички и неразумен или алогички дел (желбите, копнежот, страстите) ги поделил и човековите добродетели и вештини кои им одговараат на тие области. Оние кои соодветствуваат на разумниот дел (знаењето, моќта на сфаќање, умот) ги нарекол дианоетички (интелектуални), а оние кои се однесуваат на алогичкиот дел - етички (умереност, храброст, пријателство, штедливост и др.).

Зборот „етика“ е изграден според два старогрчки збора „етос“ (кои се пишуваат на два начина и се изговараат со различни акценти) - при што со едниот се означуваат обичаите, според кои луѓето се раководат во своето однесување, а со вториот личните, моралните карактеристики на некој човек. Етиката значи е наука за моралот или етосот, така што со поимот етика може да се означи и самиот морал, во смисла „етиката (= моралот) во општеството е добра (или лоша)“. Поимот етика најпрвин означува наука која се занимава со моралот. Моралот е дејство, а етиката свест за тоа дејствување. Притоа, кога се

пишува со голема буква, со зборот Етика се означува самата наука за моралот и за неговите многустрани аспекти, како и таквиот училиштен или студиски предмет¹.

Поимот „етика“ е раширен на сите светски јазици: на француски l'éthique, на германски die Ethik, на англиски Ethics, на сите словенски јазици етика, на италијански etica, на турски Etik итн.

Етиката е практична филозофија во која се разгледуваат вредностите, моралот и нормите кои човекот го поттикнуваат да иницира исправен, активен и дејствен пристап кон позитивноста и хармоничноста. Впрочем, Етиката својата основа ја темели врз мотивот - да се научат луѓето правилно да живеат. Тоа може да се постигне ако сите ние покажеме доследност во доблесното дејствување, ако манифестираме висок степен на свест за општото добро, ако иницираме скромност на живеењето и ако се определиме за богатството на знаењето и духовните вредности.

„Етиката најчесто се дели на теориска и на нормативна. Теориската етика расправа за самиот предмет на етиката, за моралниот феномен, истражувајќи го неговото потекло и неговиот развој, додека нормативната етика расправа за исправноста и оправданоста на постојните морални сфаќања, настојувајќи да создаде критериум за сигурно морално судење и исправно постапување“².

Прашањето што е добро може да биде раководено од намерата не само да го разбереме значењето на атрибутот добро и зло, туку и од определбата за добро постапување и оценување на одредените постапки. На пример, кога ќе кажеме дека е добро помагањето на лицата кои доживееле некоја несреќа, дека треба на хуман и одговорен начин да ја извршуваме својата професионална должност, дека не треба да ги напуштиме блиските кога се во мака, дека наспроти несигурноста и песимизмот, треба да го развиваме оптимизмот и да дејствуваме со љубов, вера и надеж, дека е подобро да стекнеме помалку пари на чесен начин, отколку големо богатство на нечесен начин, тогаш сме на теренот на нормативната етика.

Според Вуко Павичевиќ (1914-1978), етиката во минатото била претежно нормативна. Тој наведува оти и во поново време, кон крајот на XIX и во XX век, постоеле моралисти кои укажувале дека нормативноста и понатаму претставува еден од основните задачи на етиката. Во таа насока оди и размислата на Николај Хартман, кој сметал дека филозофската етика треба да овозможи раѓање на моралната свест и да има нормативна функција. Тој потенцирал оти вистински тип на етичар бил само Сократ, бидејќи преку маевтичката вештина им помагал на луѓето да го препознаат и од внатрешноста на сопствената личност да го извлечат начелото на доброто и моралното.

Во моралниот феномен разликуваме: морална норма (правило за тоа какво треба да биде моралното однесување), морален чин и морален суд (наша оценка за определена морална постапка, како добра или лоша). Некоја постапка или однос за да се оцени како морално добра или лоша, потребно е да се има мерило, критериум според кој се суди, мери, со кој се споредува. Тие критериуми се искажуваат во облик на норми или правила, кои всушност значат модели и форми на етички пропишаниот начин на однесување и дејствување.

¹Види поопширно за термилошката определба на поимот Етика во: Кирил Темков, *Како да се биде добар* (Скопје: Охо, 2007), стр. 14-17.

²Коле Јовановски, *Филозофски речник* (Скопје: Ѓурѓа, 2002), стр.67.

Од кажаното ќе заклучиме оти моралот е облик на човековото практично дејствување кон сепостоечкото, кон другите луѓе, како и кон самиот себе. Тој се манифестира во вредносното проценување на човековите постапки и желби како позитивно или негативно вредни (односно, невредни), при што првите се одобруваат, сакаат, препорачуваат, заповедуваат, а вторите не се одобруваат, се напаѓаат, осудуваат, забрануваат³.

Практикувањето на доброто е поврзано со насоченоста кон хуманоста, солидарноста, праведноста, љубовта, мирот и сомилоста. Таквите настојувања се позитивно оценети и претставуваат основна вредност за луѓето кои сакаат да напредуваат во духовноста и моралноста.

Етиката учи дека човекот кој се определил да повредува, деградира, навредува и прогонува е во расчекор со хуманоста, човечноста и моралноста, бидејќи со своето зло наседак обеспокојува и носи несреќа. Тој не мисли на ближните, нив не ги сака, кон нив не се однесува како кон луѓе, туку „со изборот на злото ја разурнува заедницата, го уназадува животот, не и дава вистинска сатисфакција на личноста освен моментално задоволство на уривање на нешто или на повредување на некого“⁴.

2. Моралот и вредностите

Моралистите низ разни книжевни форми или усни искажувања ги мотивирале луѓето да ја побараат повисоката смисла на животот и да напредуваат во доброто, позитивното и хуманото. Тие јасно даваат до знаење дека нашето живеење и дејствување немаат вредност само за време на животот, туку остварените дела продолжуваат да опстојуваат и откако нас повеќе ќе не нема.

Темелните вредности кои, според моралистите, секој човек треба да ги воспостави во животот, се сконцентрирани околу следниве основни етички поими: Етика, Морал, Добро, Вредност, Разумност, Избор, Одговорност, Свест, Умереност, Љубов, Должност, Позитивно однесување...

Етиката како наука за моралот ги истражува вредносните критериуми кои овозможуваат насоченост кон добродетелта и позитивно постапување. Етичарот, како проучувач на моралните појави, укажува дека начелата на Доброто се вистинскиот патоказ кој луѓето треба да го прифатат и следат во животот. Тој етичноста ја согледува како морален квалитет кој претставува највисок израз на човечката егзистенција и вредност што поттикнува најдлабоко творечко и креативно дејствување.

Етички ориентираните личности се карактеризираат според тенденцијата за практично пренесување на своите духовни сознанија и низ конкретните морални дејствувања. Тие низ моралики (етичко искажување преку говор, предавање, текст, реч во медиумите), јавно изнесуваат етички став и даваат директна нормативна поука. Такви се моралните поуки (старослов. наравоучение), со кои завршуваат басните и другите литературни дела; а лична функција имаат и моралните афоризми, кои во кратка форма говорат за етичките искуства, цели и вредности.

³Види поопширно за основните форми на моралот во: Vuko Pavičević, *Osnovi Etike* (Beograd: BIGZ, 1974), str. 8-12.

⁴Кирил Темков, *Како да се биде добар*, цит.дело., стр. 13.

Поимите „морал“ и „етика“ се синоними, тие имаат исто или слично значење: каде што се употребува едниот може да се каже и другиот.

Поимот „морал“ го создал во латинскиот јазик познатиот беседник и етичар Кикерон (106-43 п.н.е.) од зборот *mos*, *moris* = обичај, она што сме навикнале да го правиме, или карактеристика и својство, односно правило и закон.

Широчината на значењето на моралот за луѓето се согледува и од богатството на поимите во чија основа е вграден зборот „морал“.

„Моралот е човечко мислење и дејствување во кои се применува критериумот на доброто и злото. Моралот значи да се почитува, избира и следи доброто, а да се осудува, отфрла и избегнува злото“⁵.

За морални се сметаат оние личности кои се придржуваат кон моралните норми, кои прават добри дела, внимаваат на другите и имаат добра душа. Поимот „морално чувство“ (*англ. moral sense*) ја означува емоционалната етичка основа на човекот за доживување и разликување на доброто и злото, праведното и неправедното, исправното и неискравното - англискиот филозоф Антони Шефтсбери (1671-1713) смета дека таквото чувство му е вродено на човекот како природен орган и способност и дека човекот спонтано реагира на моралните вредности и постапки.

Во денешно време морализмот стана мошне значајно гледиште, бидејќи се осозна дека моралното однесување е највисока вредност и главна задача која на човекот му овозможува хармонизирање и осмислување на животот. Многу од луѓето се определуваат конструктивно да ги искористат своите интелектуални капацитети и низ морализирање, даваат корисни поуки, држат морални проповеди, укажуваат на лошите постапки и ги потенцираат вредностите кои секој треба да ги воспостави на практичен и добродетелен начин.

Моралните поуки може да се согледаат од разни уметнички дела и книжевни форми (народна приказна, бајка, поговорка, афоризам, роман, драма...), во кои преовладува етичкото сознание во врска со настаните и карактерите во делото.

Една од најзначајните карактеристики на моралот е неговото универзално и надвременско важење. Тој се јавува во сите човечки заедници, така што не постои епоха во која не се расправало за вредните морални начела и етичката страна на животот. Поимите: Мир, Вистина, Среќа, Духовност, Љубов, Хуманост, претставуваат вечни прашања кои го мотивираат човекот да трага по одговорите и определбите кои ќе го доближат до реализацијата на тие категоријални вредности. Од друга страна, во човештвото отсекогаш било познато дека војната, лагата, страдањето, алчноста, омразата, насилството се негативни поими и дејствувања кои ги деградираат луѓето и светот во кој тие егзистираат.

Тоа укажува дека практикувањето на позитивноста и дистанцирањето од негативноста се најзначаен приоритет за човекот кој ги претпочита вредностите на моралот и етиката. Таквата индивидуа осознала дека среќата, мирот, напредокот и хармонијата можат да се постигнат со успешно спроведување на

⁵За термините поврзани со поимот морал види поопширно во: Кирил Темков, *Етички речник* (Скопје: Просветно дело, 2004), стр. 75-77.

следниве настојувања: иницирање на оптимизам и добра волја; негување чесни намери кон другите лица; контрола на страстите и суетата; напуштање на лошите ориентации; добро промислување на преземените чекори и водење сметка за последиците од секое дејствување. Помеѓу другото значајно е ако освен за сопствената среќа, се размислува и за добробитта на другите; ако не се урива и деградира сепостоечкото, туку се гради и усовршува низ елементите на верата, љубовта и надежта.

Заклучок

Во современата епоха, луѓето осознаа оти со следењето на негативната практика, со материјалната опседнатост, со загадувањето на околината, со експлоатацијата на сепостоечкото, со предизвикувањето војни и со уништувањето на живото, самите себеси се осудуваат на пропаст и уништување. Во времето кога моралната состојба на човештвото почнува максимално да се влошува, кога се заканува технолошката деструкција и кога човекот сè понагласено станува роб на материјалното, неминовно се јавува потребата за посуштинско инволвирање на етиката во сите сфери на егзистирањето.

Етичкото знаење директно се однесува на сознанието на Доброто и Злото и претставува патоказ за воспоставување квалитетен, хармоничен и среќен живот. Тоа укажува дека насоченоста кон доброто и позитивното не се обременети од конечноста на своето постоење, бидејќи натпреварувањето во хуманост и добрина се клучна цел и животна определба на секој доблесен и морален поединец.

Духовната надградба, вложувањето во знаењето, оттргнувањето од злото, правилното работење, одржувањето грижа за сопственото здравје и себепочитувањето се некои од вредностите кои поединецот треба да ги воспостави во својот живот. Среќата и хармонијата се максимално достижни за единката која манифестира одговорност и умереност и дејствува според начелата на етиката, разумот и добродетелта. Според кажаното ќе заклучиме дека човекот за да ги оствари своите духовни и интелектуални потенцијали потребно е да негува позитивен однос кон животот и да биде уверен дека моралот и знаењето претставуваат најголема заштита од злото и негативноста. Со препознавањето на суштинските вредности, со негувањето на оптимистичкиот пристап и вербата во сопствените психофизички капацитети, поединецот ќе умее да се дистанцира од ограничувачките фактори и ќе ги воспостави правилните норми на животот. Ориентацијата кон етиката ја буди волјата да се прават добри дела и ја поттикнува надежта кон подобро утре. Тоа укажува оти луѓето кои тргнале кон патот на хармоничното, доблесното и хуманото, секогаш се водени од повисоките цели на животот и не дозволуваат проблемите да ги пасивизираат и оддалечат од духовните и добродетелни настојувања. Најголема награда за таквите поединци се спокојството на душата и задоволството од правењето добри дела, кои им овозможуваат врвна среќа и уживање што не може да се мери со никакво материјално богатство.

Користена литература

1. Аристотел. *Никомахова етика*. Скопје: Три, 2003.
2. Blekburn, Sajmon. *Oksfordski filozofski rečnik*. Novi Sad: Svetovi, 1999.
3. Juka, Slavica. *Etika – Postavke i teorije*. Mostar: Fram – Ziral, 2006.
4. Јовановски, Коле. *Филозофски речник*. Скопје: Ѓурѓа, 2002.
5. Нешев, Кирил. *Система на етиката*. Софија: Парадигма, 1999.
6. Pavičević, Vuko. *Osnovi etike*. Beograd: BIGZ, 1974.
7. Pavlović, - Vuk, Pavao. *Vrednota u svijetu*. Zagreb: Hrvatskofilozofskodruštvo, 2007.
8. Шопенхауер, Артур. *Етика*. Скопје: Култура, 1998.
9. Темков, Кирил. *Етички речник*. Скопје: Просветно дело, 2004.
10. Темков, Кирил. *Како да се биде добар*. Скопје: ОХО, 2007.

THE SONNET CRAZE OF THE RENAISSANCE VS. THE *SLAMAZE* OF THE "POST-MILLENNIALISM"

UDC: 82-1.09

Original scientific paper

82.091

82.091

Lecturer Elena Prendjova, M.A.*European University – Republic of Macedonia***Abstract**

The poetic form of the sonnet was created in Italy little before the Renaissance period, and during the Renaissance, it not only spread to Europe, especially in England, France, Spain and Germany, but, also, reached the peak in the late sixteenth century when sonnet writing became the dominant literary vogue. This period, in England called the Sonnet Craze, was popular from 1593 to 1597. Slam poetry, on the other hand, appeared in the 1980s in the USA, and became extremely popular and fashionable in the 2000s. The, what I call, "Slam Craze", or *Slamaze*, reached its climax in the 2010s, when numerous slam shows started to dominate on the social networks and the entertainment and cultural scenes worldwide. Having these facts in mind, the question is posed: What was the main impetus that caused the Sonnet Craze and the *Slamaze* to appear the periods they appeared, no sooner or later? The paper tries to provide answers to the question, or, at least, provide food for thought for some future research on the very same topic, as well as about comparative analyses of the two seemingly incomparable and distant as much literary as performing forms – the sonnet and the slam poetry. The paper mainly concerns about the nonliterary causes of the two Crazes, especially the social construct of the societies that promote them: The Renaissance and the postmodernism, or, to be more precise, "post-millennialism".

Key words: *Sonnet, Sonnet Craze, slam poetry, Poetae minores, Poetae minimi, Post-Millennialism, Zeitgeist.*

The Sonnet Craze

According to Sells, "the period 1591 to 1598 was the age of the sonnet; although some sonnets had been written or published before 1591" (Sells, 1955: 231). This was mostly during the fact that the sonnet was the supreme poetic form. Moreover, it was appended with the function of being "practical" and "in service of" not only the dominant literary idea of the age, but also the dominant idea of the age in general.

To begin with, the sonnet has been considered the harmony between "the beauty of the language and the unity of the tone" (Sells: 236). Discussing poetry, George Puttenham, a literary critic of the age, in his handbook on poetry and rhetoric, *The Arte of English Poesie* (1589), states that poetry involves the "skill to speake and write

harmonically". He considers poetry as a "Musical utterance" which is based on the form of the stanzas, the meter and the rhyme (Waller, 1993: 50). Thus, sonneteering became the pleasure of mastering the difficulty of the form. Regarded as such, the sonnet was often imitated. As Sir Philip Sidney points out in *The Defence of Poesy* (1595), the true poets of the age should "imitate both to delight and teach" (Waller: 50). When writing about the sixteenth century, Sir Sidney Lee, an English biographer and critic, notes that "[t]he full history of the Elizabethan sonnet is, for the most part, a suggestive chapter in the literary records of plagiarism" (Sells, 1955: 232). Naturally, the twenty first century admits the *theory* of intertextuality according to which the intertextual relation among the discourses is inevitable, yet, at the same time, the art and credit of the poetic work is determined by the originality of the author. However, this was not the case in the sixteenth century, since the subject of copyright was introduced along with the concept of democracy and political correctness. Quite the contrary, back then, the more the poetic works and forms were alike, the more acclaimed and admired they were. Sonneteers who were masters of form were praised as models to be followed and copied. In other words, the Renaissance was not an age of unique originality and writer's creativeness.

Consequently, being produced in mass quantities, the sonnets became the fashion of the age, and being en vogue, they were pressured to embrace some social functions as well.

Firstly, as poetry was considered the crafts of the literate, sonnets became the means of self-promotion demonstrating the knowledge and the competence of the poet.

Secondly, as the most profound consequence of the Renaissance's *Zeitgeist* (the spirit of the times), sonnets were not intended to be published, but read, or, that is to say, performed¹. Namely, within the Court, poetry was but a mere entertainment along with dancing and music. Thus, poetry had to not only entertain but also be didactic and demonstrate public responsibility, or, as Puttenham explains, "praise the great, reprove vice, and 'show the mutabilities of fortune, and the just punishment of God in revenge of a vicious and evill life'." (Waller: 34). According to him, the most important aim of poetry is to praise 'the worthy gestic of noble Princes, the memorial and registry of all great fortunes', [as well as] the praise of virtue and reproof of vice, the instruction of moral doctrines, the revealing of sciences material and other profitable Arts' (Waller: 34). The outcome was men in love writing love-sonnets to their beloved women, and ambitious men and aspiring artists trying to win the benevolence of the patrons, writing didactical sonnets of ethics and moral, thus promoting the court ideals and praising the Elizabethan monarchy and the ruling class.

¹ In the sixteenth century, poetry would sometimes be published following the author's death and often without the family's permission. However, often it would go into unpublished circulation, i.e. hand to hand. As Wells states, "[p]oems would be copied, adapted, recopied, perhaps in a reader's own private anthologies or notebook collections or 'miscellanies'... [remaining] simply the private notebooks of their compilers" (Waller: 20).

Poetae minores and Poetae minimi

Sonnets were extremely popular all over Europe even since the occurrence of Petrarch's *Il Canzoniere*. Even Shakespeare himself states his own opinion on the sonnet vogue in two of his plays: *Romeo and Juliet* and *Love's Labour's Lost*; in the former, in Act II, sc. IV, Mercutio derides Romeo in love for writing sonnets:

Without his roe, like a dried herring. O flesh, flesh, how art thou fishified! Now is he for the numbers that Petrarch flowed in. Laura to his lady 40 was a kitchen wench—marry, she had a better love to be-rhyme her!—Dido a dowdy, Cleopatra a gipsy, Helen and Hero hildings and harlots, Thisbe a gray eye or so, but not to the purpose. Signior Romeo, bon jour! There's a French salutation to your French slop. You gave us the counterfeit fairly last night.

(Shakespeare, 2009: 42)

Moreover, in *Love's Labour's Lost*, Shakespeare parodies the convention of the sonnet writing by making the characters write modern and naïve sonnets. Fascinatingly enough, Hugues Vaganay, a French expert on the sonnet, has counted 4.000 sonnets written in British literature only. Yet, the Sonnet Craze of the Renaissance lasted for four years, from 1593 to 1597, and after 1597 only reprints of sonnet collections of the most popular authors occurred.

During the Sonnet Craze, the *Poetae minors* and their followers, the *Poetae minimi*, appeared. Their names and the titles of their works, the year of circulation or publication, as well as the number of sonnets that each work contained are presented in Table 1.

Table 1. *Poetae minors* and *Poetae minimi*

Author	Title of Poetry Collections	Year of Publication	Number of Sonnets
George Gascoigne	Certayne Notes of Instruction	1575	unknown
Giles Fletcher	<i>Licia</i>	1593	52
Fulke Greville	<i>Caelica</i>	1633	40 (out of 109)
Thomas Watson	<i>The Hekatompathia</i>	1582	unknown
William Smith	<i>Chloris</i>	1596	49
Bartholomew Griffin	<i>Fidessa</i>	1596	62
Henry Constable	<i>Diana</i>	1592	86
Samuel Daniel	<i>Delia</i>	1592	50
Michael Drayton	<i>Idea</i>	1619	unknown
Sir John Davies	<i>Gulling Sonnets</i>	1595	9
Barnabe Barnes	<i>Parthenophil and Parthenophe</i>	1593	104

Richard Barnfield	Cynthia	1595	20
Thomas Lodge	Phyllis	1583	40
Henry Willobie	Willobie his Avisa	1594	unknown
unknown author	Zepheria	1594	20
George Chapman	A Coronet for his Mistress Philosophy	1595	10

(Пренцова, 2016: 68)

Nonetheless, the Minor sonneteers should not be regarded only as mere fashion-followers, since their great number "indicates merely that there were a lot of sonneteers, not that there were a lot of bad ones" (Spiller, 1992: 133). For instance, Spiller lists Charles Best, "an otherwise unremarked writer", as the author of the "one of the most beautifully balanced sonnets of the period" (Spiller: 125); Thomas Watson's *The Hekatompathia is the first sonnet sequence of the erotic lyric poetry, although its sonnet form is unstandard (instead of 14 lines, each sonnet has 18 lines with a variation in the typical sonnet rhyme: ABABCC DEDEFF GHGHJJ)*; Michael Drayton's sonnet "Truce, gentle Love, a parley now I crave" is a fine example of how war terminology used in the context of love from *Petrarchism develops into metaphysics*; Sir John Davies parodies "the habit of repeating at the beginning of each verse the concluding words of the last; he ridicules the conceits of the Neo-Petrarchans and also the use of legal terminology" (Sells: 243), and, by doing so, expresses his critical opinion on the sonnet vogue; George Chapman criticizes the Petrarchans, too; Thomas Lodge's and Henry Willobie's sonnets were inserted into prose works, etc.

Apart from them, there were less notable works listed in Table 2. and, listed in Table 3, works that used to circulate only in manuscript and published in the twentieth century.

Table 2. Less notable works published during the Sonnet Craze

Author	Title of Poetry Collections	Year of Publication	Number of Sonnets
Richard Lynch	Diella	1596	39
William Percy	Sonnets to the Fairest Coelia	1594	20
Thomas Watson	The Tears of Fancie	1593	60
Barnabe Barnes	A Divine Centurie	1595	100
E.C. Esquier	Emaricdulfe	1595	40
Sir William Alexander	Aurora	1604	106

(Пренцова, 2016: 69)

Table 3. Less notable works never published during the Sonnet Craze

Author	Manuscript	Period of circulation	Number of Sonnets	First publication
--------	------------	-----------------------	-------------------	-------------------

Alexander Montgomerie	<i>A Miscellany of Spenserian sonnets</i>	1578–1585	70	1887
John Stewart of Baldynneis	<i>Poems of John Stewart of Baldynneis</i>	1580–1585	28	1913
William Fowler	<i>The Tarantula of Love</i>	around 1590	75	1914
Robert Sidney	<i>Poems</i>	around 1595	35	1984
William Alabaster	<i>The Sonnets of William Alabaster</i>	1597–1598	79	1959

(Пренцова, 2016: 69)

The *Slamaze* of the "Post-Millennialism"

Slam poetry is the poetry of the current millennium. It is the poetry that marks the era after postmodernism, which the American cultural theorist Eric Gans defines in ethical and socio-political terms as "post-millennialism". In Gans's view, in contrast to the ethics of postmodernism, post-millennialism is characterized by "the rejection of victimary thinking and the choice of using 'non-victimary dialogue' that will 'diminish [...] the amount of resentment in the world'." (<https://en.wikipedia.org/wiki/Post-postmodernism>).

To begin with, slam poetry was established in Chicago, Illinois, the U.S. in the 1980s, and during the course of the years its popularity grew and reached its peak of fame and fashion in the 2000s, when slam events became most frequent and slam groups most numerous. Thus, in 2004, the Individual Word Poetry Slam (iWPS), and, in 2008, the Women of the World Poetry Slam (WOWps) were formed, and, almost simultaneously, the European Slam Championship, too. Lasting for more than a decade, this phenomenon can be named as "Slam Craze", or blended together – *Slamaze*.

The reasons of the existence of the *Slamaze* are, of course, nonliterary. Firstly, just as the sonnet is considered as the harmony between language and tone, slam is considered as the unity of the textual discourse and performance. Thus, poetry slam "lives on both the page and the stage" (Somers-Willett, 2009: 18) and can be performed on television or in films, watched on YouTube or listened on CDs and MP3s, being similar to sonnets not intended to be published, but read.

Furthermore, due to its performative and competitive aspect, slam poetry incorporates a common style of using humorous, verbally impressive, or dramatic techniques. In the Renaissance, poets used the techniques of sonority in order to make the sonnet appealing to the ear of the Court audience. In the twenty first century, the modern audience attending live poetry slam events should not only be entertained, but, also, actively engaged into the performance, and, additionally, since "judged in an competitive format, slam poetry makes an argument that attempts to influence (and sometimes instruct) its audience" (Somers-Willett: 19). However, these instructions

are not advice of a moral social conduct, rather guidelines of active participation: cheering, clapping, echoing, keeping the beat, choir singing, etc.

Lastly, "many may define slam poetry merely by its seemingly narrow range of content, which includes confessional narratives, diatribes about popular culture, and sociopolitical critiques" (Somers-Willett: 19). Moreover, thanks to the *Zeitgeist* of the so-called post-millennialism, "slam poetry is largely dedicated to the ideals of democracy, equality, and diversity" (Somers-Willett: 20), concerning issues on human rights, women rights, the rights of the poor, underprivileged and subaltern, etc. and fighting against elitism, racism, nationalism, etc., or simply writing on any current social and political national or international controversy, like the worldwide migrant crisis, the right to legal abortion, the criminalization of rape, etc. There are modern slam events that take place as part of activist protests and other similar activist actions conveying the message of the protestants' ideology that it can be justifiably considered as a type of activism. This quality of the poetry slam can be closely related to the quality of the sonnet to be politically involved by illustrating social criticism of, for example, overproductively writing sonnets, or, simply, being used as an unobtrusive political pamphlet or flatteringly praising text.

All in all, according to the opinion of the founder of the slam, the renounced Slam Papi, Marc Smith, it is the very fact that "turning a poetry reading into a 'show' was a revolutionary idea ... [and that] is the reason the slam has flourished" (Somers-Willett: 25), just like the very fact that the sonnet, with its reasonable length, delicate form, precise structure and tuneful sonority managed to pave its way as one of the main sources of entertainment, as well as the medium of the dominant thought of its age.

Conclusion

In conclusion, both the 1593–1597 Sonnet Craze and the 2000s *Slamaze* are as much literary as social phenomena of their own age – the former of the Renaissance, the latter of the post-millennialism. Their literary and performative nature (form, sonority, structure and diction) enabled them be desirable for conveying important social messages and political propaganda – the sonnet displaying the expertise of the learned poet and the slam taking the advantage of its capability to be performed, as well as to actively engage the audience. Hence, both the sonnet and the slam poetry are not merely a literary fashion, yet as much cultural and political as literary in nature. Consequently, the main reason of the preference of the kinds of poetry is the force of the *Zeitgeist* (spirit of the age) enforcing the poetry type that serves the values and aims of the dominant power. In brief, as Waller precisely puts it, "when a text is written, ideology works to make some things more natural to write; when a text is read, it works to direct language into conveying only those meanings reinforced by the dominant forces of our society" (Waller: 9).

Bibliography

1. Sells, A. L.: *The Italian Influence in English Poetry from Chaucer to Southwell*. London: George Allen & Unwin Ltd. 1955.
2. Shakespeare, W., Wilson, J. D. ed.: *Romeo and Juliet. The Cambridge Dover Wilson Shakespeare. Volume 30*. New York: Cambridge University Press. 2009.
3. Smith, M. K.: *Take the Mic*. Naperville, Illinois: Sourcebooks MediaFusion. 2009.
4. Somers-Willett, S. B. A.: *The Cultural Politics of Slam Poetry*. The United States of America: The University of Michigan Press. 2009.
5. Spiller, M. R. G.: *The Development of the Sonnet: An Introduction*. London and New York: Routledge. 1992.
6. Waller, Gary. *English Poetry of the Sixteenth Century. Second Edition*. London and New York: Longman. 1993.
7. Пренцова, Е.: *Сонетот во англиската, италијанската и македонската книжевност. Магистерски труд*. Скопје: Филолошки факултет „Бл. Конески“ – Скопје, УКИМ. 2016.
8. <https://en.wikipedia.org/wiki/Post-postmodernism> (19 Jan. 2019)