

# ПРЕДАВАЊЕ ДРЖАВАТА И БИЗНИСОТ

**Десет принципи на економијата (според американскиот економист и професор на универзитетот во Харвард, Грегори Менкју (Gregory Mankiw)):**

**Принцип број 1: Луѓето се соочуваат со избор.**

**Принцип број 2: Трошокот за нешто е она од што ќе се откажете за да го добиете тоа нешто (опортунитетен трошок). Нема бесплатен ручек (Недостиг → Избор → Опортунитетен трошок)**

**Принцип број 3: Рационалните луѓе размислуваат за „гранични случаи.“**

**Принцип број 4: Луѓето реагираат на поттикнување (мотивација).**

**Принцип број 5: Трговијата може да биде добра за сите.**

**Принцип број 6: Пазарите обично се добар начин како да се организираат економските активности.**

**Принцип број 7: Државите (владите) понекогаш може да ги подобрат резултатите на пазарот.**

**Принцип број 8: Животниот стандард во една држава зависи од нејзината способност да произведува добра и услуги.**

**Принцип број 9: Цените се зголемуваат кога државата печати премногу пари.**

**Принцип број 10: Државата на краток рок се соочува со избор помеѓу инфлација и невработеност.**

## Централен економски проблем

**Што, како и за кого да се произведува е проблемот кој што треба да го реши секое општество.**

**Што, т.е. какви видови на производи да се произведат (количина на различни производи)?**

**Како да се произведат (каква технологија или енергија да се користи)?**

**За кого да се произведи (дистрибуција на производите - нееднаквост)?**

## Командни економии

- Централниот економски проблем (што, како и за кого да се произведува) е решен преку Централно плански институции. Тие ја планираат во детали количината на добра и услуги потребни за економијата.
- Пазарот е маргинализиран.
- Преференциите на потрошувачите се запоставени.
- Можноста за грешки на планерите е голема.

## Пазарни економии (Смитовата невидлива рака)

- Централниот економски проблем (што, како и за кого да се произведува) е решен со пазарниот механизам. Понудата и побарувачката за добра и услуги, како и цените, се базичните економски категории.
- Пазарот не е маргинализиран (постои некој вид на маргинализација на државата).
- Преференциите на потрошувачите се битна категорија.
- Можноста за пазарна грешка (пазарен неуспех) е помала отколку онаа на планерите.
- Максимизација на профитот е основна цел на секоја фирма и поединец.

# Плански економии-социјализам и комунизам

Во *планската економија*, владините контроли ја детерминираат сопственоста на бизнисот, профитот и алокацијата на ресурси за остварување на целите на владата наместо оние поставени од индивидуалните фирми. Двете форми на плански економии се комунизам и социјализам.

**Социјализмот** се карактеризира со сопственост и оперирање од страна на државата на главните индустрии, како што се комуникациите. Социјалистите тврдат дека главните индустрии се премногу важни за општеството за да бидат оставени во приватни раце, а бизнисите во државна сопственост може да служат подобро на интересот на јавноста отколку приватните фирми. Сепак, социјализмот дозволува приватна сопственост во индустриите кои се сметаат за помалку клучни за општествената благосостојба, како што се рестораните и сл.

Пишувањата на Karl Marx во средината на 1800-тите ја формирале основата на комунистичката теорија. Marx сметал дека економиите на приватни фирми создале нефер услови и воделе кон експлоатација на работниците. Наместо тоа, тој предложил економски систем наречен **комунизам**, во кој целиот имот би бил подеднакво поделен од луѓето на заедницата под раководство на силна централна власт. Marx верувал дека елиминацијата на приватната сопственост на имотот и бизнисите би обезбедила појава на бескласно општество од коешто сите ќе имаат корист. Секоја индивидуа би придонела кон целокупниот економски успех на земјата, а ресурсите би биле дистрибуирани во согласност со потребите на секоја личност. Во комунизмот централната власт ги поседува средствата за производство, а луѓето работат за фирми во сопственост на државата. Владата определува што луѓето можат да купат бидејќи таа диктира што да се произведува во фабриките на земјата.

## Различни економски системи:

### КОМАНДНА ЕКОНОМИЈА

Економскиот проблем се решава преку *административно централистичко планирање*, односно институции кои однапред ги согледувале потребите за одделни производи и врз таа основа утврдувале колкави количини ќе се произведуваат од секој производ

### ПАЗАРНА ЕКОНОМИЈА

Модел на економска организација во кој алокацијата на ресурсите кон точките на најпродуктивната (најефикасна) употреба ја врши *пазарниот механизам*

# Мешовити пазарни економии

Системите на приватни фирми и планските економии, во основа, прифаќаат спротивставени пристапи за функционирање на економиите. Во реалноста, сепак, многу земји оперираат **мешовити пазарни економии**, економски системи коишто, во различни степени, влечат корени од двата вида на економии.

Размерот на приватни и државни фирми може, во голема мера, да варира во мешовитите економии, а миксот често пати се менува. Во трендот познат како **приватизација**, дузина земји ги претвориле во бизниси во приватна сопственост оние компании коишто функционирале и биле во сопственост на државата. Во обид да соберат средства и да ги подобрат нивните економии, владите може да ги приватизираат фирмите во државна сопственост. Целта е да се намалат трошоците и да се спроведуваат операциите поефикасно.

Државата не би требало да има улога во создавање нови работни места. За работните места да бидат одржливи, мора да бидат создадени од приватниот сектор. Работните места создадени од државата се создадени на сметка на даночните обврзници и можеме да ги сметаме за субвенционирани вработувања. Во кумунизмот кружеше шега за тоа како работниците се преправаат дека работат, а државата се преправа дека ги плаќа. Во земјите каде што власта се воздржува од интервенции во економијата, економскиот раст ќе биде висок и истовремено придружуван од социо-економски придобивки. Пред падот на Берлинскиот ѕид во 1989 год. Западна Германија беше втората најголема економија во светот, а економијата на Источна Германија беше во катастрофална состојба. Станува збор за истиот народ, иста култура. Сличен пример е и со двете Кореи. Југот е економски цин, додека северот е во економски амбис. Повторно е ист народ и иста култура. Кина и Хонг Конг. Во сите три примери разликата била евидентна и предизвикана со нивото на слобода кое е дозволено на економските актери.



# Што претставува бизнисот?

**Бизнисот** се состои од сите активности насочени кон остварување профит и фирми кои обезбедуваат стоки и услуги потребни за еден економски систем. Некои бизниси произведуваат опипливи стоки, како што се автомобилите; други обезбедуваат услуги, како осигурување. Во суштината на секој бизнис потфат е размената меѓу купувачот и продавачот. Купувачот ја препознава потребата за стока или услуга и разменува пари со продавачот за да го добие производот. Продавачот учествува во процесот со надеж дека ќе стекне профит.

**Профитот** претставува награда за деловните луѓе кои го преземаат ризикот да понудат стоки и услуги на потрошувачите. Наспроти ова, сметководителите размислуваат за профитот како за разлика меѓу приходите на една фирма и расходите што таа ги прави при создавањето на овие приходи. Генерално, профитот служи како поттик за луѓето да основаат компании, да ги прошират истите и постојано да обезбедуваат висококвалитетни стоки и услуги. Потрагата за профит е централен фокус на бизнисот бидејќи без профит компанијата не би можела да преживее.

Профитот е движечка сила (spiritus movens) на капитализмот.

# ✓ Систем на приватни фирми

- **Систем на приватни фирми** – економски систем којшто ги наградува фирмите за нивната способност да ги идентификуваат и да ги задоволат потребите и барањата на потрошувачите. Системот на приватни фирми го минимизира мешањето на владата во економската активност.
- Друг назив за системот на приватни фирми е **капитализам**. Adam Smith, често пати идентификуван како татко на капитализмот, прв го опишал концептот во неговата книга *Богатството на народите*, објавена во 1776. Smith сметал дека економијата е најдобро регулирана од страна на „невидливата рака“ на **конкуренцијата**, односно битката меѓу бизнисите за наклоност на потрошувачите.
- За да се натпреварува успешно, секоја фирма мора да ја пронајде основата за **компетитивна диференцијација**, односно единствената комбинација на организациски способности, производи и пристапи што ја издвојува компанијата од конкурентите во размислувањата на потрошувачите.

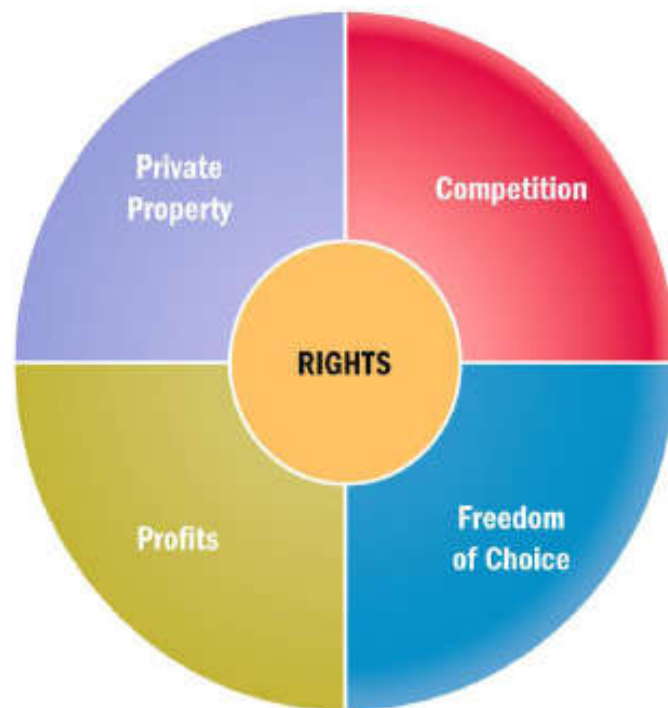
# Основни права во системот на приватни фирми 1/2

За да капитализмот функционира ефективно, граѓаните на економијата на приватни фирми мора да имаат одредени права.

Како што е прикажано на слика 1.1, овие ги вклучуваат **правата на приватна сопственост, профит, слобода на избор и конкуренција**.

Figure 1.1

Basic Rights within a Private Enterprise System



## **Основни права во системот на приватни фирми 2/2**

Правото на приватна сопственост претставува најосновна слобода во системот на приватни фирми. Секој учесник има право да ги поседува, користи, купува, продава и пренесува повеќето форми на сопственост, вклучувајќи земја, згради, машинерија, опрема, патенти за пронајдоци, индивидуален имот и сл.

Системот на приватни фирми, исто така, на сопствениците на бизнисите им го гарантира правото на целиот профит, после оданочување, што тие го заработиле преку нивните активности.

Слободата на избор значи дека системот на приватни фирми се потпира на потенцијалите за граѓаните да го изберат сопственото вработување, набавки и инвестиции. Тие може да ја променат работата, да преговараат за платите, да се приклучат кон синдикатите и да изберат меѓу различни брендови на стоки и услуги.

Системот на приватни фирми, исто така, овозможува фер конкуренција.



Според голем број на истражувања кои се направени во областа на заштитата на сопственичките права и нивното влијание врз економскиот раст и развој, забележано е дека државите кои ја штитат физичката и интелектуалната сопственост на своите граѓани, имаат во просек 9 пати повисок БДП по глава на жител споредено со државите кои се најниско рангирани во заштитата на правата на сопственост.

Меѓународниот индекс за правата на сопственост (International Property Rights Index на Property Rights Alliance-IPRI) претставува годишна студија со која се врши рангирање на државите врз основа на степенот на заштита на сопственичките права (физичките и интелектуалните). Во 2020, Македонија е на 96-то место од 129 земји во Светот каде што се спроведува оваа студија.

### **Зошто е важна заштитата на интелектуалните права во капитализмот?**

Техничкиот прогрес се случува бидејќи компаниите или поединците-пронаоѓачи, во желбата да го максимизираат профитот, трагаат за нови и подобри откритија. Можноста да се заработи профит е она поради кое компаниите го развиваат компјутерот, или произведуваат камера која може да се носи во дланка, или произведуваат сладолед без калории. Патентите и авторските права се легални механизми кои му гарантираат на пронаоѓачот монополски профит за определено време. Без ваквите механизми за заштите на интелектуалната сопственост, пронаоѓачите би биле демотивирани за да продолжат со својата истражувачка активност.

# ПОТРЕБАТА ОД ПОСТОЕЊЕ НА ЈАВНИОТ СЕКТОР

Денес најголем дел од националните економии се мешовити (дуални) бидејќи во нив истовремено постои и приватен и јавен сектор. Притоа, пазарот е ефикасен за добра и услуги за потрошувачка, но не и за добра и услуги од јавен интерес.

**Зошто е потребна државната интервенција (јавниот сектор)?** Бидејќи има домени на пазарен неуспех (market failures) како што се:

1. Задоволување на потреби за јавни добра.
2. Решавање на неефикасноста на пазарот заради екстерналиите.
3. Корекција на распределбата на доходот.
4. Изградба на правна регулатива - за функционирање на пазарот и создавање на услови за конкуренција.
5. Постојењето на монополи.
6. Асиметрични информации.

# 1) ЈАВНИ ДОБРА

Јавно добро претставува добро или услуга кое што, доколку е конзумирано од едно лице, не може, а да не биде конзумирано и од друго лице. Пазарот во случајот на јавните добра е неуспешен, поради тоа треба да постои јавен сектор (јавни финансии) за да се обезбеди ефикасна понуда на јавни добра (одбрана, судство, образование, здравство).

Потрошувачката на приватното добро е конкурентна (ги исклучува другите лица кои го консумираат доброто), а користите од приватното добро се интернализирани (индивидуализирани).

Потрошувачката за чисти јавни добра - pure public goods (одбрана, безбедност, судство) е неконкурентна - не ги исклучува другите лица а користите се екстернализирани (за сите).

**Слободен јавач (free rider)** - лице кое користи јавни добра, но за тоа не плаќа.

За јавните добра: 1) Политичкиот процес треба да ги открие преференците на граѓаните и да и ги соопшти на Владата 2) Да обезбеди финансии

## 2) ЕКСТЕРНАЛИИ

Екстерни ефекти има кога приватното производство или потрошувачката создава трошоци или користи кои не се однесуваат на тој субјект, а не се вклучени ни во цената на производителот, ни во цената на потрошувачот.

**Екстерналии** - трошоци и користи од пазарните трансакции кои не се рефлектираат врз цените.

Екстерните ефекти може да се позитивни и негативни.

**позитивни** - поголеми општествени од приватни користи

**негативни** - поголеми општествени од приватни трошоци

**Вакцинација** - пазарот не им наметнува цена на другите субјекти - позитивни екстерналии.

**Загадување** - поединците не можат да го исклучат капацитетот - негативни екстерналии.

**Како интервенира државата?**

1) преку субвенционирање на производството (за позитивните екстерналии)

2) воведување на посебни даноци (за негативните екстерналии)-на пример еколошки даноци.



Пазарот како најефикасен механизам на алокација на ресурсите, во случајот на јавните добра се покажува како неуспешен. Поради тоа мора да постои и јавниот сектор за да може да се обезбеди ефикасна понуда на јавни добра, како што се: одбраната, заштитата на уставниот поредок, судството, законодавството, образованието, науката, културата, здравството, социјалната сигурност, комуналните дејности и слични услуги. Овие добра се од специфичен карактер и се разликуваат од приватните добра. Затоа, начинот на задоволување на едните и на другите добра и улогата на пазарот во тој процес на задоволување, се разликуваат. Функционирањето на пазарната економија создава претпоставки за ефикасно искористување на ресурсите во обезбедувањето на приватни добра. Пазарот, меѓутоа може да влијае само таму каде што потрошувачката на потрошувачот А е условена од можноста да ја плати цената за соодветното добро. Ако потрошувачот не ја плати цената, пазарот го исклучува од користењето на доброто. При постоење на можност за исклучување, пазарот, од една страна, ги разоткрива преференциите на потрошувачите за одредени добра, а од друга страна го принудува производителот да го произведува тоа што го сака потрошувачот. Овој процес може да функционира на пазарот на приватни добра затоа што потрошувачот со плаќањето на цената може да ги ужива користите кои од тоа произлегуваат. Користите од приватните добра, според тоа, потполно се интернализираат (индивидуализираат). Самата потрошувачка на приватното добро, пак, е конкурентна (rival), што значи дека доброто што го користи некое лице не може да го користи никој друг. Хамбургерот што го изел потрошувачот А не може повеќе да го изеде потрошувачот В.

За разлика од приватните добра, јавните добра не може да се обезбедуваат преку пазарот, односно преку трансакциите помеѓу производителите и потрошувачите. Пазарот може или да потфрли или да функционира неефикасно во нивното задоволување. Класични примери за такви добра се одбраната, внатрешната безбедност, судството и слично, кои се познати како чисти јавни добра (pure public goods). Карактеристично за овие добра е што тие се консумираат заеднички (колективно), односно тие мора да се консумираат во еднаква количина од сите. Поради тоа, чистите јавни добра се неконкурентни во потрошувачката, што значи потрошувачката на јавното добро од страна едно лице не ја намалува потрошувачката на кое било друго лице на истото добро. Потрошувачката на овие добра уште се карактеризира со неисклучување, што значи дека е невозможно (или неисплатливо) исклучувањето на некои лица од нивното користење. Кога понудата на овие добра би била организирана преку пазарот, практично би било невозможно да се спречат сите граѓани да ги користат. Овие карактеристики имаат значајни импликации врз однесувањето на потрошувачите и на тоа како се задоволуваат овие видови јавни добра.

### 3) РАСПРЕДЕЛБА НА ДОХОДОТ

Државата во современи услови е голем потрошувач на најразновидни добра и услуги (моливи, хартија, тенкови, авиони итн.). Државата, исто така, троши огромни средства за социјални трансфери (помош за невработени, за сиромашни, социјално загрозени). Организира задолжително образование, здравствена заштита за луѓето, јавна администрација итн. Државата може да ги извршува сите овие функции бидејќи има ексклузивно право да наметне даноци (директни и индиректни) и други јавни давачки на граѓаните и претпријатијата и така да собере средства во буџетот.

Дали една држава доволно зафаќа од богатите, или можеби премногу или недоволно?

Дали доволно пренасочува средства кон сиромашните слоеви на населението, или можеби премногу или недоволно?

# ДАНОЦИ

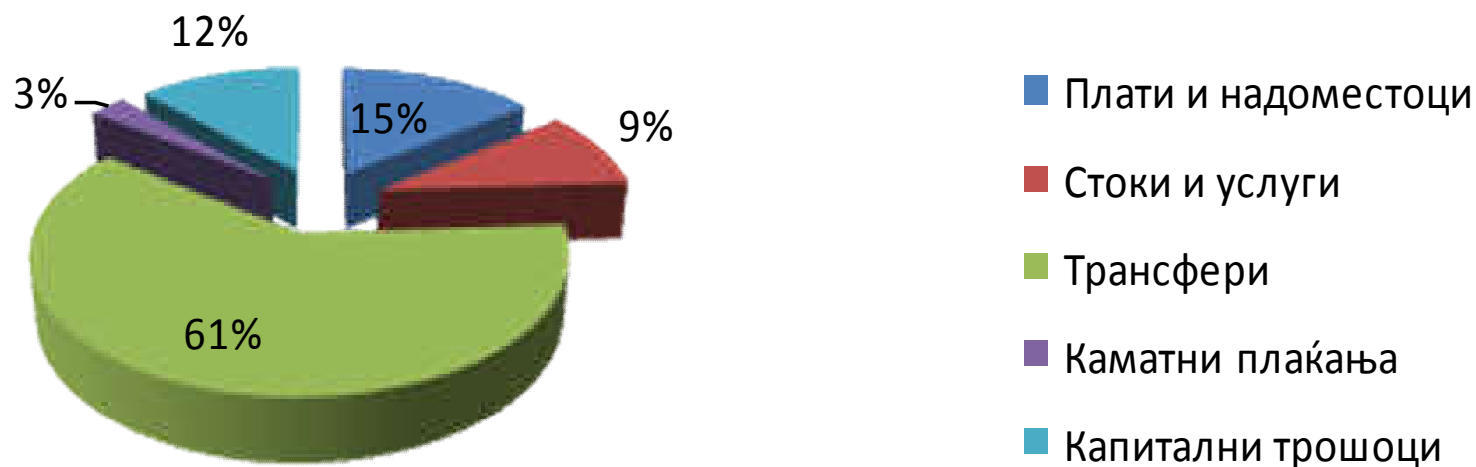
Даноците се задолжителни и неповратни парични давања на физички и правни лица, без директна противуслуга, кои ги воведува државата заради задоволување на јавните добра и социоекономски цели.

Директни даноци — даноци од остварени доходи на граѓаните и претпријатијата (данок на доход што го плаќаат граѓаните и данок на добивка што го плаќаат претпријатијата).

Индиректни даноци-даноци кои се наплатуваат на потрошувачката на различни добра и услуги. ДДВ, царини, акцизи (вклучени се во продажната цена на производите). Овие даноци се социјално регресивни бидејќи повеќе ги погодуваат сиромашните слоеви на населението (и сиромашниот и богатиот поединец плаќа ист данок за сите добра и услуги што секојдневно ги купува).

Кај високоразвиените држави, даночната структура е таква што повеќе учествуваат директните даноци. Кај нас е обратно. („Во овој свет ништо не може да биде сигурно, освен смртта и даноците“, вака таткото на најмоќната економија денес, САД, Бенџамин Френклин си честитал на себе откако го завршил уставот на Соединетите американски држави во 1787 година).

# Јавни расходи во Буџетот на РМ за 2012 година



Социјалните трансфери зафаќаат значаен дел од Буџетот на РМ и имаат тенденција на постојан пораст. Се однесуваат на трансфери кон Фондот за пензиско и инвалидско осигурување (ПИОМ), трансфери за здравствена заштита, трансфери кои се однесуваат за социјална помош и трансфери кон Агенцијата за вработување.

# ЛАФЕРОВА КРИВА

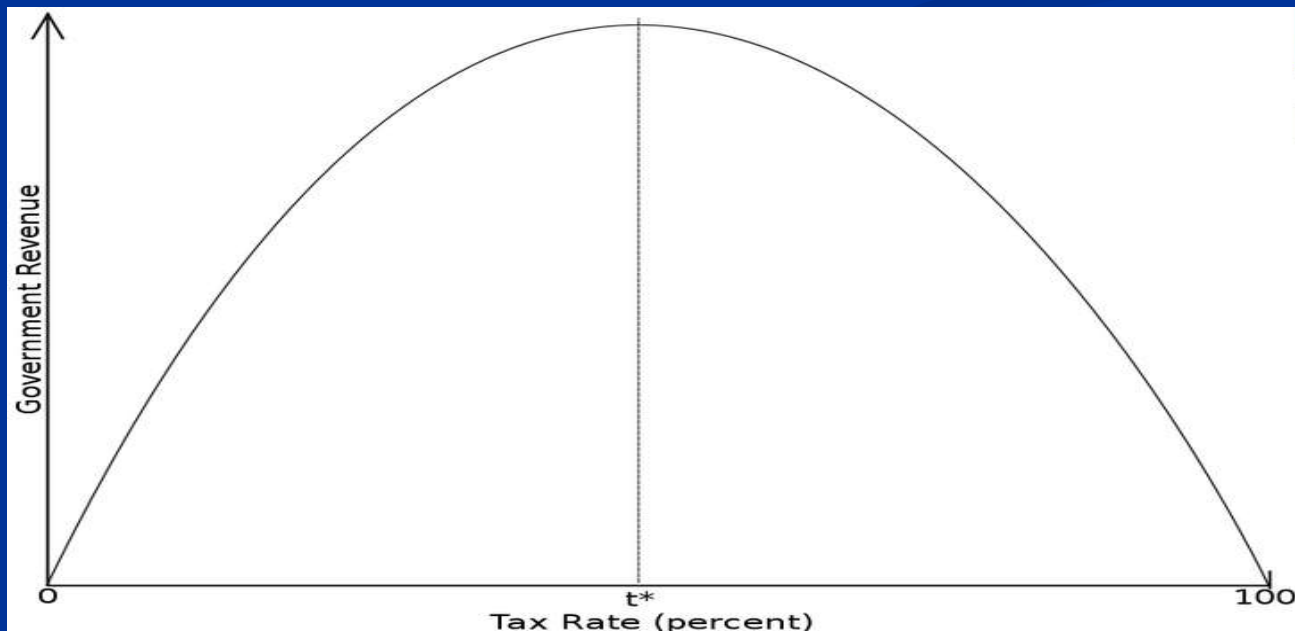
Намалување на влијанието на државата врз економските текови. Појава на економијата на понуда (Supply-Side Economics).

Артур Лафер е најистакнат претставник на економијата на понудата.

Лаферова крива (даночни стапки-хоризонтално, даночни приходи-вертикално).

Претпоставки од кои тргнува Лаферовата крива:

- ако даночните стапки се нула (даночното оптоварување е нула), тогаш во буџетот нема да има приходи,
- ако даночните стапки се 100% (даночното оптоварување е 100%), тогаш во буџетот, исто така, нема да има приходи бидејќи ниту еден претприемач не би работел само за државата,
- според тоа, оптималното даночно оптоварување се движи во распонот меѓу нула и 100%.





## 4) РЕГУЛАТИВНА ФУНКЦИЈА

Смислата на државната регулација е да обезбеди поголема благосостојба во општеството во споредба со пазарниот механизам. Регулативната функција се базира врз три постулати:

- 1) врз потребата од закони со кои се уредува регулацијата,
- 2) врз потребата од државни органи, кои ќе ја спроведуваат регулативната политика во согласност со законите,
- 3) врз потребата од органи кои ќе го контролираат спроведувањето на регулативната политика од страна на надлежните органи.

Од претставниците на јавниот избор се разви теоријата за приграбување на регулацијата (Capture theory of regulation). Тие сметаат дека државните институции кои ја спроведуваат регулацијата не работат во корист на јавниот (општествениот) интерес, туку во корист на интересите на определени групи во општеството. Во таа смисла, мерките на регулација, како што се контрола на цените, ограничувањата за влез во бизнисите и слично, претставуваат фактички параван за создавање на добивка и богатство за определени групи во општеството. Во нив спаѓаат и јавните службеници, на кои државната регулативна функција им гарантира сигурност на работните места и придобивки кои произлегуваат од тоа. Ова предизвикува економски загуби и незадоволство од државната регулација. За да се надмине влијанието на политичарите и бирократијата, неопходно е да се донесат адекватни закони и јасни правила за водење на економската дејност кои ќе овозможат да дојдат до израз индивидуалните интереси и да се оствари општествениот интерес.

Долгорочниот развој на една држава зависи од квалитетот на развој на нејзините јавни институции. Robert Mandel, добитник на Нобеловата економија за економија во 1999 година, истакнува дека ниските даноци и големите добивки се карактеристични за просперитетните економии, а за помалку просперитетните економии важи обратното.

Не постои просперитет без добри закони и нивно спроведување во пракса. Уште од Римското право познат е изразот *Pacta Sunt Sevanda* (договорите мора да се извршуваат, да се почитуваат). Само правната држава може да воведо ред во општеството, додека спротивното доведува до волунтеризам кој преку криминал и корупција ја разјадува државата.

Оптимално е државите да распределуваат преку буџетот помалку од 1/3 од БДП, како и силно да го помагаат развојот на економијата и деловната соработка со светот посебно преку стимулирање на извозот и приливот на директниот странски капитал.



# Корупција во бизнисот и владата



**Source:** Data from Transparency International, "Annual Corruption Perceptions Index," <http://www.transparency.org>, accessed March 17, 2010.

## 5) ПАЗАРНИ СТРУКТУРИ

Најголем број држави во светот функционираат како пазарни економии.

Пазарна структура - Тип на пазарот на којшто дејствува фирмата.

Четири основни типа на пазарни структури: совршена конкуренција, МОНОПОЛ, монополистичка конкуренција и олигопол.

Критериуми кои ја детерминираат структурата на пазарот:

1. Број на учесници на пазарот (Колку купувачи и продавачи егзистираат на конкретниот пазар?)
2. Цена (Дали тие влијаат врз цената?)
3. Природа на производот (Дали секој продавач нуди стандардизирани (хомогени) производи, или постои значителна разлика меѓу производите на различните фирми?)
4. Бариери (Дали постојат бариери за влез или излез, односно, можат ли останатите фирми лесно да влезат и да излезат од пазарот?)

# ВИДОВИ НА ПАЗАРНИ СТРУКТУРИ

Вид на пазарна структура Карактеристики	Совршена конкуренција	Монополистичка конкуренција	Олигопол	Монопол
Број на претпријатија	Многу и независни	Многу и независни	Неколку меѓусебно зависни	Едно и независно
Влијание врз цената	Никакво	Ограничено од видот и дometот на монополот	Одредено	Големо, но често е регулирано
Природа на производот	Хомоген	Диференциран	Диференциран или хомоген	Единствен, уникатен
Бариери за влез	Не постојат	Речиси не постојат	Постојат и можат да бидат значителни	Комплетни: целосно исклучување на конкуренцијата
Пример	Производство на пченица, берзи на хартии од вредност	Текстил, ресторани	Автомобили, челик	Пошта, јавна инфраструктура

# Совршена конкуренција - карактеристики

Совршената конкуренција е пазарна структура која се карактеризира со четири битни карактеристики:

1. Постојат голем број купувачи и продавачи, при што, секој купува и продава само мал дел од вкупната количина на производот на соодветниот пазар. Оттаму, купувачите и продавачите не можат да влијаат врз цените (price takers).
2. Продавачите нудат стандардизирани (хомогени) производи.
3. Продавачите можат лесно да влезат или да излезат од пазарот - тоа претпоставува целосна мобилност на факторите на производство.
4. Продавачите и купувачите имаат комплетни (перфектни) информации за цените на производите и ресурсите (факторите на производство)

Овој тип на пазарна структура не егзистира во реалниот живот. Често се нарекува чист пазар". Денес, блиску до оваа форма на пазарна структура е пазарот за жито или пазарот за компири, домати и други земјоделски производи!

# Несовршена конкуренција

Монополистичка конкуренција-претставува пазарна структура во која голем број на продавачи и купувачи разменуваат диференцирани (хетерогени) производи така што секој од учесниците има некакво влијание врз цената. Продавачите можат да ги диференцираат своите производи во однос на конкурентските според квалитет, цена или други карактеристики. Во индустрија која се карактеризира со монополистичка конкуренција релативно лесно е за една фирма да започне или да прекине да продава свој производ. Успехот на една фирма често привлекува нови конкуренти кон тој пазар. Пример за монополистичка конкуренција е пазарот на храна за домашни миленици.



# Несовршена конкуренција

**Олигопол** е пазарна ситуација во која се натпреваруваат релативно мал број продавачи, а високите трошоци за започнување формираат бариери за да се задржат надвор новите конкуренти. Во некои олигополистички индустрии, како што е челикот, конкурентите нудат слични производи. Во други, како што се авионите и автомобилите, тие продаваат различни модели и карактеристики. Големите инвестиции кои се потребни за да влезе во олигополски пазар имаат тенденција да ги обесхрабрат новите конкуренти. Ограничениот број на продавачи, исто така, ја зголемува контролата што овие фирми ја имаат врз цената.

Последниот тип на пазарна структура е **монопол**, во која еден единствен продавач доминира со трговијата со стоки или услуги за коишто купувачите не можат да најдат блиски супститути. Чист монопол се случува кога фирмата поседува единствени карактеристики толку значајни за конкуренцијата во нејзината индустрија, така што тие служат како бариери за да го спречат влезот на потенцијалните конкуренти.

Бидејќи на монополскиот пазар му недостасуваат користите од конкуренција, многу влади ги регулираат монополите. Покрај издавањето патенти и ограничувањето на нивниот век, владата ги забранува повеќето чисти монополи преку легислативата. Во други случаи, владата дозволува одредени монополи во замена за регулирање на нивните активности. Во **регулираните монополи**, локалната, државната или федералната власт дава ексклузивни права на една единствена фирма во определен пазар. Одлуките за формирање на цената се предмет на контрола од страна на регулаторни органи.

## 6) АСИМЕТРИЧНИ ИНФОРМАЦИИ

Асиметричните информации укажуваат на состојбата на пазарите кога продавачите и купувачите поседуваат различни информации за карактеристиките на добрата и услугите што се предмет на купување и продавање. Притоа, продавачите имаат целосни информации, а купувачите немаат. На пример: животно осигурување (кога осигуреникот знае за својата здравствена состојба, а осигурувачот не), даночни обврзници кои пријавуваат данок (прикривање на имот заради плаќање помал данок), пазар на половни автомобили, пазар на труд кога кандидатите при аплицирање за работа во своите биографии ги наведуваат само своите позитивни страни, но не и негативните страни, менаџерите на корпорациите кои знаат подобро од акционерите како го водат бизнисот и дали тоа го прават чесно итн. Асиметричните информации се соочуваат со феномени како: неповолно избирање и морален хазард. Така, асиметричните информации може да влијаат пред (ex-ante) или после (ex-post) донесувањето одлука на купувачот. Кога влијанието е пред донесувањето на одлуката (на пример купување половен автомобил), станува збор за неповолна селекција, а кога проблемот се јавува после одлуката, тогаш се работи за морален хазард (на пример осигурување на имот и негрижа за тој имот). Наспроти идеализираното и нереално тврдење на класичната микроекономска мисла дека учесниците во економскиот живот секогаш располагаат со целосни и совршени информации за пазарот, реалниот свет е многу почест свет на некомплетни и често асиметрични информации.

# Основни форми на организација на бизнисите

Три форми на бизнис организации:

1. Индивидуална сопственост,
2. Партнерство,
3. Корпорација.

1. Фирма во индивидуална сопственост (sole proprietorship)-мали претпријатија, сопственичката и менаџерската функција се интегрирани во едно лице.

Предности:

- лесно се организираат
- високо мотивирани сопственици (сопственикот е заинтересиран за развојот на сопствениот бизнис)

Слабости:

- ограничени финансиски ресурси (ограничен пристап до банки)
- недостаток на специјализација (сопственикот е и менаџер, продавач, сметководител итн).
- сопственикот има неограничена одговорност (сопственикот ги ризикува не само средствата на бизнисот, туку и сопствените средства).



## 2. Партнерство (partnership)-две или повеќе индивидуи се согласни да поседуваат и водат бизнис

### Предности:

- лесно се организираат,
- поголема специјализација во менаџментот (двајца или повеќе партиципиенти),
- помалку ограничени финансиски ресурси (подобар пристап до банките).

### Слабости:

- проблеми во менаџментот (неколку луѓе-различни политики),
- финансиите се сеуште ограничени,
- континуитетот на партнерството е ограничен (повлекување или смрт на еден од партнерите),
- сопствениците имаат неограничена одговорност, но и ризик.

### 3. Корпорација (Corporation)-фирма во сопственост на акционери

-Корпорацијата го стекнува својот капитал преку печатење и емисија на акции.

Обично, целата процедура (техника) на печатење, емисија и пласман на акциите се врши преку специјализирани институции (инвестициони банки во САД, традиционални банки во ЕУ) ангажирани од страна на корпорациите.

Предности:

- ефективна форма за собирање на пари,
- растот на фирмата е многу веројатен,
- корпорацијата има ограничена одговорност (акционерите го ризикуваат само она што го платиле за да ги купат акциите),
- корпорацијата има континуитет (трајно постоење) независно од сопствениците (трансферот на сопственоста на корпорацијата, или смртта на акционерот, не може да влијае врз функционирањето на корпорацијата),
- можат да обезбедат висок квалитет во менаџментот (подобар пристап до банките, сектори за истражување и развој итн.).

Слабости:

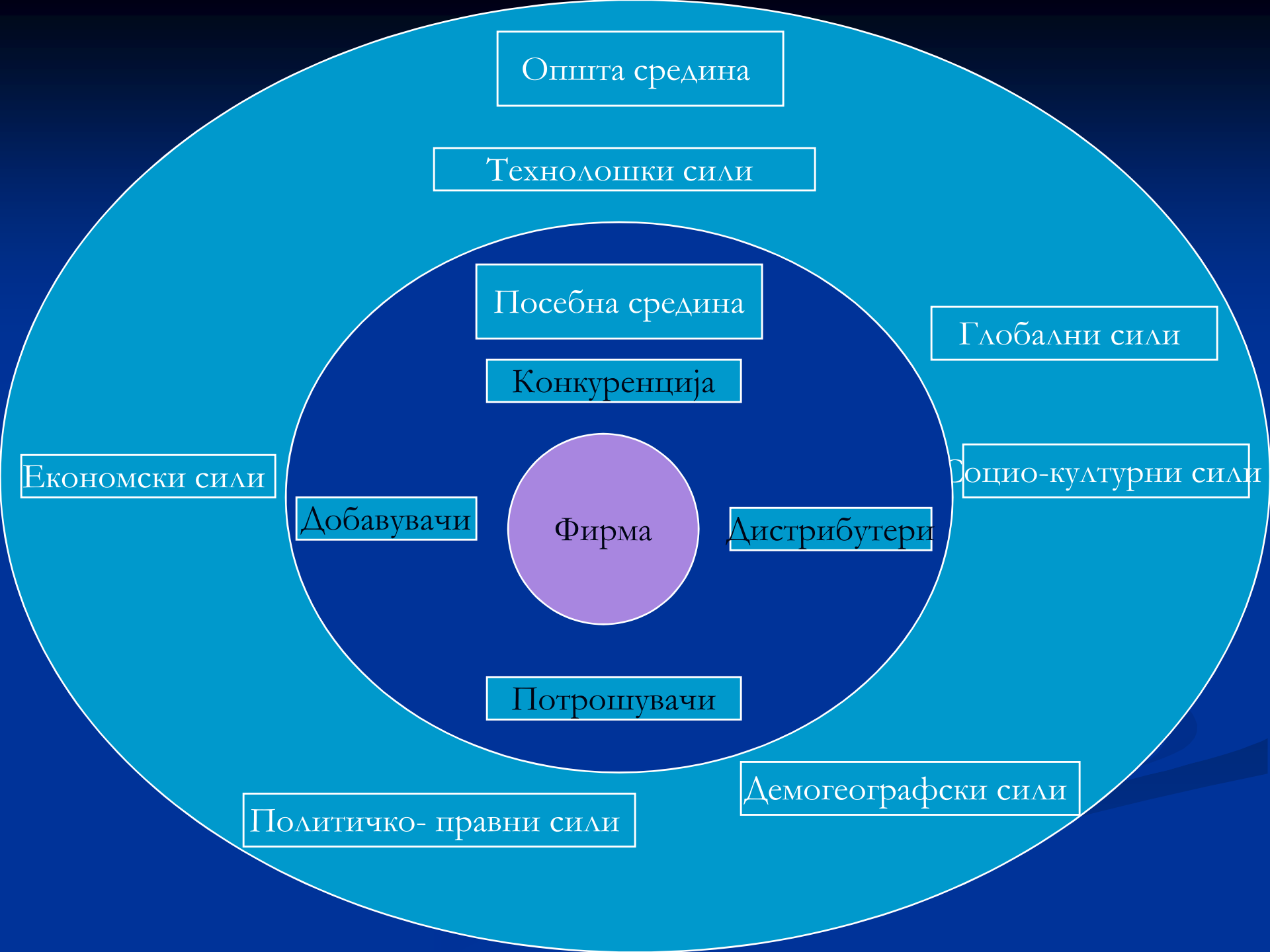
- двојно оданочување (данок на добивка, персонален данок на доход),
- проблеми со менаџментот (сложена менаџерска структура-проблеми во одлучувањето),
- високи трошоци за издавање акции, добивање дозволи за работа.

## ПОСЕБНА СРЕДИНА НА БИЗНИСОТ

- 1) **Добавувачи:** Поединци или компании кои на бизнисот им обезбедува влезни ресурси потребни за производство на производи/услуги. Пример: Compaq има стотици добавувачи за микропроцесори, дискдрајвери, софтверски апликации, оперативен систем и сл. Добавувачи за капитал им се банки, финансиски институции, а за човечки ресурси образовни институции, синдикати.
- 2) **Дистрибутери:** Организации кои помагаат на другите организации да ги дистрибуираат своите производи/услуги. Пример: Compaq прво користел овластени дистрибутери за продажба и сервисирање, а потоа за да ги намали трошоците направил поинаква стратегија и им дозволил на дисконтните продавници да ги продава компјутерите.
- 3) **Потрошувачи:** Лица или групи кои ги користат производите /услугите што ги нуди бизнисот. Пример: Compaq потрошувачите ги дели на неколку групи и тоа:
  - а) лица кои купуваат компјутери за домашна употреба, б) мали и големи компании, в) владини агенции и образовни институции.
- 4) **Конкуренти:** Организации кои произведуваат производи/услуги слични на производите/услугите на друга организација. Пример: Конкуренти на Compaq се Apple, IBM, Dell Computers и други.

## ОПШТА СРЕДИНА НА БИЗНИСОТ

- 1) Економски сили: каматни стапки, инфлација, невработеност, економски раст и др.
- 2) Технолошки сили: резултат од промените во технологијата што ја користат менаџерите за дизајнирање, производство и дистрибуција на производи и услуги.
- 3) Социо-културни сили: претставува збир на односи меѓу лица и групи во општеството. Тука се мисли најповеќе на социјалната структура како збир на вредности што едно општество смета дека се важни и нормите на однесување кои се одобрени или санкционирани во тоа општество.
- 4) Демографски сили: ставови кон карактеристиките на популацијата како што се: возраст, пол, етничка припадност, раса, сексуалната ориентација и социјалната класа.
- 5) Политичко-правни сили: резултати од промените во законите и регулативите, како на пример дерегулација на индустриите, приватизација на организациите и зголемен акцент врз заштита на животната средина. Политичките процеси ги обликуваат законите во едно општество.
- 6) Глобални сили: резултати од промените во меѓународните односи, промени во економскиот, политичкиот и законскиот систем на државите, и промени во технологијата.



Влијанието на околината е повеќедимензионално. На микро ниво (пријатели, комшии, роднини, добавувачи, клиенти, цени, дистрибутери, конкуренти, попуст), на средно ниво (локална самоуправа, закони, навики на луѓето, локална инфраструктура) и на макро ниво (глобално загадување, светска криза). Ние можеме да влијаеме само на микро ниво. Не може да се влијае врз изборите во САД или врз Цунамито во Јапонија. Околината е извор на информации. Успехот зависи од брзината (а тоа зависи од брзината на информацијата). Затоа е потребно вмрежување. Да се биде како пајак кој плете мрежа. Не е повеќе „големата риба ја јаде малата, туку брзата риба ја јаде бавната риба”.

-Хенри Форд: „Ако мислиш дека нешто е тешко, во право си. Ако мислиш дека нешто е лесно, пак си во право”.



Ви благодарам на вниманието!

*Проф. д-р Божидар Миленковски*

Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола

Факултет за информатички и комуникациски  
технологии - Битола

[bozidar.milenkovski@uklo.edu.mk](mailto:bozidar.milenkovski@uklo.edu.mk)