Носител на проектот: Економски факултет – Скопје, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје

Наслов на проектот: Новата нормалност во пост-ковид периодот во две области: ревизорската професија и економијата на искуства

Научноистражувачко подрачје:	Општествени науки
Научноистражувачко поле:	Економски науки – Маркетинг Економски науки – Сметководство
Главни истражувачи (раководители):	Проф. д-р Марина Трпеска Проф. д-р Ежени Брзовска

Резиме на проектот (предмет и цели на истражување):

Во текот на историјата, појавата на болести го пустошат човештвото, понекогаш го менуваат и текот на историјата, а на моменти дури имало и крај на цели цивилизации. Од постоењето на човештвото, па се до денес, постоеле поголем број на пандемии, меѓутоа согласно научниците, 20-тина пандемии се класифицираат како најлоши за човештвото. Прогласената пандемија на COVID-19 во 2020 година е доказ за тоа дека светот не е имун на појава на нови вируси и болести, кои и те како можат да бидат значително фатални во повеќе области од општеството. За тоа колку светот се „плаши“ од пандемии, говори и фактот дека во 2016 година, Комисијата за глобална рамка за здравствен ризик за иднината (Commission on a Global Health Risk Framework for the Future) процени дека настаните за пандемични заболувања ќе ја чинат глобалната економија над 6 трилиони американски долари во 21 век, односно над 60 милијарди долари годишно. Истиот извештај препорачува да се трошат 4,5 милијарди американски долари на годишно ниво за глобални способности за превенција и одговор за да се намали заканата од пандемични настани.
Пандемијата предизвика и големо негативно влијание на македонската економија и начинот на работа во бизнис секторите. За таа цел потребно е да се истражи како различни области од економскиот и бизнис секторот ќе може да се прилагодат по завршување на пандемијата. Во овој проект предмет на истражување се: ревизорската професија и економијата на искуство.

1.1 Ревизорската професија

Во минатото недоволно е истражувано влијанието на пандемиите врз ревизроската професија, со оглед на тоа дека дека корените на модерната ревизија и нејзиното регулирање и не се воспоставени пред многу години. Имено, во 1977 година е основата Меѓународната организација на сметководители - IFAC во која членуваат над 160 организации зад кои стојат вкупно 2.5 милиони професионални сметководели од целиот свет. Во 1984 година, еден од најреспектираните теоретичари во областа на ревиизјата, Том Лее, ја дава една од најопширните дефиниции на терминот ревизија (Lee, 1984). Денес, ревизијата претставува една од најрегулираните професии во општеството и секојдневно е во чекор со најновите случувања, технолошки промени, вештачка интелигенција итн.
Ревизорската професија кај нас, но и во светот, веќе цела една година буквално функционира во сенка на пандемијата со COVID–19. Предизвиците се глобални и експертите предвидуваат дека по пандемијата ќе живееме во поинаков свет, па така и ревизорската професија не е имуна на промените кои настануваат.
Оттука се појавува и актуелноста на истражувањето. Потребата за професионални сметководители во општеството е наведена од IFAC во неодамнешното издание на „IFAC Point of View“, што ги дефинира како суштинска компонента на одржлива и еластична глобална економија, водена од

нивната основна етичка одговорност да дејствуваат во јавен интерес. Одржувањето на довербата за време на криза, како што се пандемиите, е најбрзиот пат кон закрепнување по кризата (IFAC, 2020).
Според Меѓународната организација на комисиите за хартии од вредност (IOSCO, 2020) во нивниот извештај за важноста на обелоденувањето за COVID-19, е забележано дека COVID-19 претставува вистинска „совршена бура“ за ризик од измама и ревизорите треба да бидат многу претпазливи.
Brachio (2020) метафорично укажува дека на глобално ниво, поуката која може да произлезе од кризата со COVID-19 е дека секогаш зад аголот постои потенцијален настан т.н. „црн лебед “- кој претставува непредвидлив настан што има сериозно влијание врз нештата. И со денешната глобална поврзаност, тој настан повторно може да има влијание врз целиот свет. Ризиците поврзани со настаните со „црниот лебед“ имаат тенденција да бидат толку големи и толку ретки што многу бизниси не размислуваат за нив, а уште помалку планираат и се подготвуваат да се соочат со нив. Ревизорите треба да имаат ментален склоп на размислување каде што секогаш треба да се подготвени да размислуваат за незамисливото - затоа што кога тогаш ќе се појави „црниот лебед“ (Brachio, 2020).
Во однос на ревизорската професија активностите ќе бидат систематски планирани и реализирани во остварување на следните научно-истражувачки цели:

- Идентификување, собирање и обработка на релевантната научна литература која ги разгледува прашањата кои произлегуваат во однос на ревизорската професија за време на COVID-19 пандемијата, како во светот, така и во Република Северна Македонија;
- Развој на модел на ставови и перцепции на ревизорите, кој ќе послужи како робусна алатка за идентификување на релеватни проблеми со кои се соочуваат тие;
- Изолирање на сегментите од процесот на ревизија кои беа најсензитивни на работењето во услови на пандемија и каде што се бараше најголема флексибилност од ревизорите;
- Дозирањето на нивото на професионален скептицизам при спроведување на ревизорски ангажмани во услови на пандемија со COVID-19;
- Дијагностицирање на состојбите со откриените измами во финансиските извештаи во време кога елементите од триаголникот на измами: мотивите, можностите и рационализацијата за измамите се исклучително поволно позиционирани за потенцијалните сторители на измами;
- Идентификување на импликациите кои што ги имаше пандемијата врз модифицирање на ревизорските извештаи поврзани со финансиските извештаи за 2020 година;
- Дефинирање на клучните актери во процесот на квалитетно финансиско известување кои можат да го подобрат амбиентот за работа на ревизорите во неизвесни околности со соодветни промени во регулативата;
- Очекувањата за иднината на ревизорската професија во пост-COVID периодот – кои се научени лекции и како тие треба да се применат во новата нормалност.

1.2 Економијата на искуство

Економијата на искуство претставува релевантен концепт и рамка за разбирање на начинот како да се подобри задоволството на потрошувачите во различни индустрии. Важноста на моделот базиран на искуство укажува на потребата и важноста од имплементирање на моделот во различни индустрии. Предмет на истражување на овој проект е анализа на важноста на димензиите на моделот базиран на искуство во рамки на културните институции и нивното влијание во однос на меморијата, возбудата, задоволството и лојалноста на посетителите.
Културните институции се соочуваат со нови предизвици, каде потрошувачите тендираат да доживеаат возбудливо, единствено и незаборавно искуство (Bernstein, 2014). Моделот базиран на

ислуство овозможува согледување на важноста на поединечните елементи за креирање на различно, интерактивно и уникатно искуство кај посетителите на културните институции.
Следствено, културните институции треба да настојуваат да развијат дистинктивни, интерактивни и единствени активности со цел подобрување на постојните понуди и одржување на конкурентската предност и актуелност на пазарот. Согласно моделот базиран на економија на искуство на Pine and Gilmore (1999) и податоците добиени со квалитативни и квантитативни методи на истражување дефинирани во рамки на проектот, ќе се предложат конкретни активности за зголемување и подобрување на искуството во рамки на културните институции.
Значето на културните институции се зголемува како резултат на потребите на посетителите за автентично и вредно за паметење искуство. Содржината на активностите во рамки на културните институции игра клучна улога за социјална кохезија и промовирање на културните вредности. Настојувањето на културните институции да развијат иновативен пристап и да го прошират постоечкиот репертоар е суштински за привлечување на интерес и кај нови целни групи. Примената на новите технологии и неформалните едукативни активности допринесуваат за инволвирање, присутност и ангажираност и на помладата публика. Широк спектар на активности во рамки на културните институции може да бидат интегрирани и поврзани со интенција во насока на создавање на холистички пристап за генерирање на поинакво искуство и приближување на содржините на различни целни групи. Имено, културните институции треба да интерактираат и да бидат отворени за потребите и интересите на публиката (European Union, 2014). Како резултат на зголемените тенденции на посетителите за автентични искуства културните институции треба да настојуваат да промовираат различни видови на едукативни и забавни активности (Lord, 2002). Културните институции се соочуваат со голем конкурентски предизвик каде формалните и базичните културни производи се прошируваат и трансформираат во автентично искуство. Prentice (2001, p.10) има потврдено дека “искуствениот културен фрмат е различен во формите на понуда, но единтвен во целта за генерирање на автентично и персонализирано искуство”.
Pine and Gilmore (2000) ја имаат објаснето прогресијата на економската вредност и го дефинирале искуството како дистинктивната економска понуда. Pine and Gilmore (1998) ги имаат идентификувано четирите димензии на корисничко искуство согласно степенот на партиципација на потрошувачите и поврзаност со самиот настан. Како димензии кои ќе се предмет на истражување се четирите димензии од моделот базиран на исуство - едукацијата, забавата, естетиката и ескапизмот. Едукативната и ескапистичката димензија го рефлектираат активносто учество, додека забавната и естеткста димензија се однесуваат на пасивната партиципација на потрошувачите, во случајов посетителите. За време на едукативното и ескапистичкото искуство, посетителот директно ќе има влијание на перформансот во рамки на културните институции. Од друга страна, посетителите се опкружени со естетското и еспистичкото искуство, додека ја абсорбираат забавната и едукативната понуда во рамки на културните институции.
Секоја од дефинираните димезии од моделот базиран на искуство го интегрира посетителот на начин кој создава незаборавно искуство кое влијае на самата перцепција на индивидуата. Естетската димензија се случува кога посетителите се пасивно окружени во сензорно окружување. Естетската димензија се однесува на интерпретацијата на посетителите за физичкото окружување околу нив. Едукативната димензија го ангажира умот на посетителите и има витална улога во детерминирање на самото доживување. Посетителите настојуваат да ги прошират своите сознанија за време на нивната посета на културните институции. Ескапистичкото окружување се случува кога се активно вклучени во искуството кое бара нивна партиципација.
И покрај се поголемата актуелност на моделот базиран на искуство, сепак тестирањето на дефинираната теоретска рамка во различни индустрии, со соодветна статистичка анализа е со лимитиран карактер (e.g., Ali-Knight and Carlsen, 2003; Pikkemaat et al., 2009, Quadri-Felitti and Fiore, 2012, Quadri-Felitti and Fiore, 2013, Brzovska, 2017, Brzovska, Ozretic-Dosen and Simjanovska, 2018). Предмет на интерес на досегашните истражувања поврзани со моделот базиран на искуство била евалуацијата на потрошувачите во однос на поединечните димензии. Имено фокусот на истражувањата бил на поединечните димензии на моделот, без притоа да се земат во предвид

индивидуалните карактеристики на потрошувачите. Затоа од суштинско значење е потребата да се истражи важноста на секоја од поединечните димензии на четирите елементи од кои е составен моделот базиран на економија на искуство кај посетителите на културните институции кои имаат различни демографски карактеристики.

Само мал број на трудови емпириски ги анализирале секоја од димензиите на моделот базиран на искуство и го прошириле истражувањето во насока на согледување на меѓузависноста на меморијата, задоволството и лојалноста со димензиите на моделот (Quadri-Felitti and Fiore, 2013; Hosany and Witham, 2010; Oh et al., 2007).

Разбирањето на значењето на едукативната, забавната, ескепистичката и естетската димензија на моделот базиран на искуство е суштинско за подобрување на културните понуди во согласност со потребите и мотивациите на посетителите. Претходното искуството на носителот на проектот во насока на емпириски тестирање на моделот во различни индустрии, допринесува за поцелисходна и кредибилна примена на моделот базиран на економија на искуство во рамки на културните институции (Brzovska, E., Došen, Đ. O., and Simjanovska, I., 2018; Brzovska, E., and Debarliev, S., 2018; Brzovska E., 2018). Иницирањето на потреба за примена на моделот базиран на искуство и креирање на иновативни пристапи во однос на самата понуда во рамки на културните институции, како и разбирањето на различните димензии од моделот базиран на искуство во рамки на културните институции треба да допринесе за креирање на единствено и незаборавно искуство кое би генерирало зголемено задоволство на потрошувачите.

Во однос на економијата на искуство ќе се реализираат следниве цели:

- Да се согледа важноста на секоја од поединечните, дефинирани карактеристики на моделот базиран на искуството во однос на посетата на културните институции
- Да се согледа влијанието на секоја од поединечните карактеристики на моделот базиран на искуство во однос на меморијата, задоволството, возбудата и лојалноста на посетитетлите
- Да се детерминираат релевантни активности согласно моделот базиран на искуство во рамки на културните институции

Во рамки на проектот „Новата нормалност во пост-ковид периодот во две области: ревизорската професија и економијата на искуства“ финансиран од интегративните средства на Универзитетот и одобрен од страна на Наставно научниот совет на Економски факултет – Скопје (Бр.02-610/6 од 02.04.2021 година) беа реализирани две истражувачки студии, а резултатите беа презентирани на два научни собира - конференции, соодветни на научноистражувачкото подрачје:

1. *“Adapting the Audit Profession to the “New Normal” in Post-Covid Period - A Case Study of The Republic of North Macedonia”,* презентиран на The 11th International Conference „Financial reporting and auditing: challenges of a transformation era”, која се одржа во периодот од 11-12 декември, 2023 година во Краков, Полска. Научноистражувачко подрачје: Општествени науки и Научноистражувачко подрачје: Економски науки – Сметководство.
   Линк за пристап до истражувањето: http://hdl.handle.net/20.500.12188/30073
2. “*Memorable Experiences: Building Loyal Visitors to Cultural Institutions“,* презентиран на XIV BUSINESS AND SCIENCE CONFERENCE SPIN ’23, која се одржа во периодот од 6-7 ноември, 2023 година во Белград, Србија. Научноистражувачко подрачје: Општествени науки и Научноистражувачко подрачје: Економски науки – Маркетинг.
   Линк за пристап до истражувањето: http://hdl.handle.net/20.500.12188/30016