

**Забрзување на темпото на економски раст преку  
развој на малите и средни претпријатија и промоција  
на ИЗВОЗОТ**

*Симона Ковачевска*

**СВЕТСКА БАНКА**

**09 Ноември 2017**

## ЗАБРЗУВАЊЕ НА ТЕМПОТО НА ЕКОНОМСКИ РАСТ ПРЕКУ РАЗВОЈ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА И ПРОМОЦИЈА НА ИЗВОЗОТ

Во изминатите години, економската криза направи импликации врз економскиот развој на глобално ниво, а особено на земјите кои беа директно погодени. Генерално нискиот раст и ниската инфлација се дел од главните дискусии дури и во најразвиените земји. Во Македонија просечниот раст во изминатите пет години достигна 2,5%, што е повеќе од регионалниот просек кој изнесува 1,9%. Иако Македонија забележа значителен прогрес во поглед на економскиот развој, потребни се понатамошни напори во повеќе сектори.<sup>1</sup>

Оваа состојба отвора простор и потреба за експанзивна политика и загревање на економскиот раст. Во овој есеј се предлагаат нови мерки кои ќе предизвикаат забрзување на економскиот раст на долг рок, преку поттикнување на извозот и преку развој на приватниот сектор, особено на малите и средните претпријатија.

Економскиот раст претставува квантитативно зголемување на потенцијалниот бруто домашен производ на една економија. Кога се мисли на економски раст, се зема во предвид потенцијалниот, а не фактичкиот бруто домашен производ т.е. порастот на БДП на долг рок, а не на краток. Бидејќи економскиот раст е мултидимензионален процес, факторите кои влијаат врз неговото движење треба внимателно да се разгледаат за да се селектираат оние кои би донеле долгорочен позитивен раст. Во различни економии факторите кои влијаат позитивно на растот се разликуваат. Доколку се анализираат факторите кои може да влијаат првенствено на БДП, па на економскиот долгорочен раст, може да се заклучи дека од равенката на БДП<sup>2</sup> може да се влијае на пораст на потрошувачката на домаќинствата, на претпријатијата и државата, или на надворешно трговскиот сектор.

Македонија како мала и отворена земја која е увозно зависна, може да го зголеми економскиот раст преку зголемување на извозот, кој е особено важен во билансот на плаќања. Според податоците анализирани, од јануари до септември 2017 година, извозот

---

<sup>1</sup> Контекст на земјата, (2017), Светска Банка, достапно на: <http://www.worldbank.org/mk/country/macedonia/overview>

<sup>2</sup>  $GDP = C + I + G + (X - M)$

## ЗАБРЗУВАЊЕ НА ТЕМПОТО НА ЕКОНОМСКИ РАСТ ПРЕКУ РАЗВОЈ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА И ПРОМОЦИЈА НА ИЗВОЗОТ

го покрива увозот за 74.1% во платниот биланс, што значи дека извозот е важна категорија за покривање на трговскиот дефицит. Со оглед на тоа што во изминатите години, од 2011 до 2015 година, просечно 40% од извозот и 60% од увозот се одвивале преку малите и средни претпријатија, тие се важна движечка сила во македонската економија и можат да бидат таргет преку кој ќе се зголеми извозот.

Мерки кои се предлагаат за забрзување на развојот на претпријатијата и на зголемување на извозот се:

1. Грантови на млади и креативни претприемачи;
2. Обуки за производство во индустриите од кои најмногу се извезува;
3. Субвенции за подобрување на технолошките процеси;
4. Зголемување на понудата, конкурентноста и квалитетот на производите на меѓународните пазари;
5. Банкарски кредити со подобности за извозно ориентираните бизниси;
6. Поддршка за конзорцијален и комплеметарен извоз;
7. Создавање трговски посредници.

За да се зголеми бројот на мали и средни претпријатија, потребно е да се понудат грантови за поддршка на млади претприемачи кои сакаат да основаат мали и средни бизниси кои се извозно ориентирани. На тој начин, младиот и образуван кадар ќе се мотивира да остане во Македонија, ќе го зголеми производството и извозот. Ова ќе предизвика промени и врз вработеноста која ќе се зголеми. Ова е посебно важно за развој на руралните региони и промоцијата на некои производи кои се побарувани на надворешните пазари, но досега не се доволно промовирани.

До септември 2017 година Македонија најмногу извезувала добра од преработувачката индустрија со 89%. Од преработувачката индустрија најмногу се извезувани производи од категориите: Хемикалии и хемиски производи 24%, Машини и опрема 13%, Моторни возила, приколки 12%, Метали 11% и Облека 10%. Бидејќи овие категории производи се извезувани и побарувани на меѓународниот пазар, треба да се воведат субвенционирани обуки за младите луѓе, за да можат да понудат поквалитетни и покреативни производи и да ја зголемат продуктивноста и конкурентноста на меѓународниот пазар.

## ЗАБРЗУВАЊЕ НА ТЕМПОТО НА ЕКОНОМСКИ РАСТ ПРЕКУ РАЗВОЈ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА И ПРОМОЦИЈА НА ИЗВОЗОТ

Малите и средните претпријатија се сензитивни кон промените на технологијата, особено поради конкуренцијата од поголемите претпријатија кои можат полесно да бидат во тек со технолошките процеси. Финансиска поддршка, субвенционирани надградувања на знаењата и семинари од еминентни странски претпријатија со слични технолошки процеси би ги унапредиле овие претпријатија и би ја зголемиле конкурентноста на меѓународниот пазар.

Во Македонија банките претставуваат единствен извор за екстерно финансирање на претпријатијата и се апсолутно доминантни во рамките на македонскиот финансиски систем.<sup>3</sup> Премногу високата ликвидност и конзервативност на банкарскиот сектор е пречка за малите и средни претпријатија. Банкарската поддршка може да се искористи кон финансирање на оваа категорија претпријатија, кои се соочуваат со проблем за обезбедување на финансиски средства. Олеснувањето на процесот и критериумите за доделување претприемачки кредити би била важна предност за развој на претпријатијата.

Од аспект на зголемување на понудата на производи на меѓународниот пазар, ставот е дека треба да се разгледа факторот *цена на други фактори на производство односно инпутите*<sup>4</sup>, односно треба да им се помогне на малите и средни претпријатија со цената на инпутите. Со пониски цени, даноци или акцизи на истите, претпријатијата би можеле да се натпреваруваат на меѓународните пазари со конкурентни цени. Од друга страна, понудата би се зголемила доколку се анализира кои производи се потребни на странскиот пазар. До септември 2017 година, Македонија најмногу извезувала кон европскиот пазар со 81%. Од земјите во Европа, Македонија извезувала најмногу со Германија 58%, Бугарија 7,4%, Грција 4,9%, Белгија 4,5%, Италија 4% и Романија 3,9%. Понудата би се зголемила, бидејќи Македонија има воспоставено соработка со овие земји, па дополнителна анализа на побарувачката и соодветна понуда на производи позитивно би влијаело на извозот.

Бидејќи малите и средни претпријатија потешко избиваат на надворешните пазари, конзорцијалниот и комплементарниот извоз на меѓународните пазари би ја

<sup>3</sup> Михаил Петковски, (2004), „Финансиски пазари и институции“, Скопје, стр. 51

<sup>4</sup> Понудата е функција на дејство на неколку фактори: профит на претпријатие, цената на доброто, цената на другите фактори, технологијата, цената на другите добра што се во врска со доброто, други и релевантни фактори. – Таки Фити, (2006), *Основи на економија*, Скопје, стр. 50

## ЗАБРЗУВАЊЕ НА ТЕМПОТО НА ЕКОНОМСКИ РАСТ ПРЕКУ РАЗВОЈ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА И ПРОМОЦИЈА НА ИЗВОЗОТ

зголемиле конкурентноста и моќта. Претпријатијата со ист или комплементарен производствен асортиман<sup>5</sup>, треба да извезуваат со заеднички настап на пазарите. Ова е посебно потребно за претпријатијата кои прв пат настапуваат на странските пазари. Со оглед на тоа што претпријатијата тешко можат да се организираат меѓусебно, потребно е екстерна организација на процесот.

Последна мерка која може да биде превземена, а е поврзана со претходната, претставуваат трговските посредници. Во Македонија овој тип на посредници сеуште не се развиени и промовирани на пазарот, што е огромен недостаток. Овие посредници би ги вршеле следните функции: истражување и следење на пазарот, дефинирање и концепирање на извозната понуда, посредување при склучување на извозни договори, контрола и постпродажни услуги, складиштење на стоката и промотивна поддршка.<sup>6</sup> Бидејќи станува збор за мали и средни претпријатија кај кои сакаме да го зголемиме извозот, обично овие претпријатија немаат доволно ресурси и моќ за да ги вршат овие функции посебно. Здружувањето преку посредници, би ги намалиле трошоците, би ја подобриле продуктивноста и би го зголемиле капацитетот за производство и извоз.

Подобрувањето на наведените аспекти и воведувањето на предложените мерки за развој на малите и средни претпријатија и зголемување на нивниот извоз, ќе го зголемат растот на БДП. Бидејќи развојот на приватниот сектор ќе предизвика мултиплицирачки ефекти и врз други економски варијабли како невработеноста, животниот стандард, трговскиот дефицит, развој на руралните средини, емиграцијата и слично, се очекува дека ќе се забрза економскиот раст на долг рок. Со тоа ќе се добијат многу позитивни ефекти и ќе зголеми економската моќ на државата.

---

<sup>5</sup> Митре Стојановски, (2009), „Меѓународен маркетинг“, Скопје, стр. 187

<sup>6</sup> Митре Стојановски, (2009), „Меѓународен маркетинг“, Скопје, стр. 373

ЗАБРЗУВАЊЕ НА ТЕМПОТО НА ЕКОНОМСКИ РАСТ ПРЕКУ РАЗВОЈ НА МАЛИТЕ И  
СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА И ПРОМОЦИЈА НА ИЗВОЗОТ

Користена литература:

1. *Контекст на земјата*, (2017), Светска Банка
2. Михаил Петковски, (2004), „*Финансиски пазари и институции*“, Скопје
3. Митре Стојановски, (2009), „*Меѓународен маркетинг*“, Скопје
4. Таки Фити, (2006), „*Основи на економија*“, Скопје
5. Liugang Shenga, Dennis TaoYang, (2016) „Expanding export variety: The role of institutional reforms in developing countries“, *Journal of Development Economics*

Линкови:

1. <http://www.stat.gov.mk/>
2. <http://www.finance.gov.mk/en>
3. <http://www.worldbank.org/en/country/macedonia>