

**Универзитет „Свети Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје**



Докторска дисертација на тема:

**„СТРАТЕШКИ ПРИСТАП КОН РАЗВОЈОТ НА
АГРОБИЗНИСОТ
- СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ НА ПОЛОШКИОТ РЕГИОН“**

Ментор:
проф. д-р Пеце Недановски

Кандидат:
м-р Ружди Матоши

Скопје, февруари 2014 година

СОДРЖИНА

В О В Е Д	5
1. Актуелноста на истражуваната проблематика.....	5
2. Предмет, цели и задачи на истражувањето.....	8
3. Користени методологии.....	9
4. План за презентирање на материјата.....	10
 ГЛАВА I - ЗНАЧЕЊЕ НА АГРОБИЗНИСОТ ЗА РАЗВОЈ НА	
НАЦИОНАЛНАТА ЕКОНОМИЈА – ТЕОРЕТСКИ ПРИСТАП	21
1.1. Поим и карактеристики на агробизнисот	23
1.2. Местото и улогата на агробизнисот	30
1.2.1. Класична теорија	32
1.2.2. Современ пристап	34
1.2.3. Генетски модифицирано производство на храна	38
1.2.4. Предности на агробизнисот	46
1.2.5. Недостатоци на агробизнисот	55
1.2.6. Актуелни проблеми во развој на агробизнисот	62
1.2.6.1. Менаџирање со конфликти	70
1.2.6.2. Избејнување конфликти.....	76
1.2.6.3 Изработка на соодветни правни основи за развој на агробизнисот.....	83
1.2.6.4. Комуникацијата во агробизнисот.....	87
1.3. Влијанието на приватизацијата и развојот на агробизнисот	92
1.4. Имплементација на Национална стратегија за земјоделство и рурален развој и нејзиното значење за агробизнисот.....	98
1.5. Имплементација на ИПАРД програмата како ЕУ инструмент за претпристапна помош за рурален развој и нејзиното влијание врз развојот за агробизнисот	103
1.6. Агробизнис политиките на ЕУ и значењето за развој	111
 ГЛАВА II – МЕСТОТО И УЛОГАТА НА РАЗВОЈНИТЕ СТРАТЕГИИ ЗА	
АГРОБИЗНИСОТ	117
2.1. Планирање на растот во агробизнисот.....	117

2.2. Менаџирање со природните ресурси.....	121
2.3. Идентификување клучни фактори за успех во агробизнисот.....	126
2.4. Користење на програмите што го подржуваат аграрот.....	128
2.4.1. Програма за субвенции.....	131
2.4.2. Донации во аграрот.....	134
2.4.3. Земјоделски кредити и субвенции.....	136
2.5. Агробизнисот и имплементацијата на стратешкиот менаџмент.....	139
2.6. Факторите што овозможуваат раст во агробизнисот.....	142
2.6.1. Анализа на агрегатната потрошувачка и привлекување нови потрошувачи.....	145
2.6.2. Анализа на актуелната агрегатна понуда и начини за зголемување на продажбата.....	148
2.6.3. Зголемување на ритамот на продажбата во агробизнисот.....	150
2.7 Развојот на руралниот туризам (агротуризмот) и неговото значење за агробизнисот	155
2.8 Глобалниот развој на земјоделскиот сектор и неговото значење во агробизнисот	156

ГЛАВА III - ОПШТ ПРЕГЛЕД НА АГРОБИЗНИСОТ ВО РЕПУБЛИКА

МАКЕДОНИЈА.....	159
3.1 Местото и улогата на агробизнисот во македонската економија	159
3.2 Специфичните цели на агробизнисот во Република Македонија	167
3.3 Предности и недостатоци на македонскиот агробизнис.....	171
3.4 Можности за унапредување на организационата структура во агробизнисот во Република Македонија.....	178
3.5 Планирање на растот на агробизнисот во Република Македонија.....	181
3.6 Управувањето со растот и менувањето на деловната култура во агробизнисот во Република Македонија	187
3.7 Извори за поддршка на агробизнисот во Македонија	188

ГЛАВА IV - КВАЛИТЕТОТ И КОНКУРЕТНОСТА КАКО ПРИОРИТЕТНИ

БАРАЊА ЗА РАЗВОЈ НА АГРОБИЗНИСОТ ВО МАКЕДОНИЈА	193
4.1 Агробизнисот, осигурувањето и гаранциите за квалитет.....	196
4.2 Клиентите и конкуренцијата во агробизнисот	200
4.3 Принципите на целосен квалитет во управувањето	

на агробизнисот	204
4.4 Имплементација на НАССР и неговото значење за квалитетот во агробизнисот	206

ГЛАВА V - АНАЛИЗА НА РАЗВОЈНИТЕ СТРАТЕГИИ НА

АГРОБИЗНИСОТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	209
5.1 Улогата на агробизнисот во општеството и националната економија	210
5.2 Економскиот амбиент и агробизнисот во Република Македонија	215
5.3 Улогата на локалните власти и агробизнисот	218
5.4 Стратегиите за раст и развој на агробизнисот во Република Македонија.....	222
5.5 Перспективите за развој на агробизнисот во Република Македонија.....	227

ГЛАВА VI – АНАЛИЗА НА АГРОБИЗНИСОТ ВО ПОЛОШКИОТ

РЕГИОН – ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ	231
6.1 Приватизацијата на прехранбената индустрија во Полог и влијанието врз развојот на агробизнисот.....	235
6.2 Развојни можности на агробизнис секторот во Полошкиот регион	238
6.3. Проблеми и предизвици за развој на агробизнисот во регионот на Полог	265
6.4. Развојна стратегија на агробизнис секторот во Полошкиот регион	269
6.5 Агробизнисот - економска иднина на Полошкиот регион	272
ЗАКЛУЧОЦИ И ПРЕПОРАКИ.....	275
<i>Анекс 1</i>	<i>283</i>
<i>Анекс 2</i>	<i>292</i>
Литература	294

ВОВЕД

1. Актуелност на истражуваната проблематика

После големите политички и економски промени во Република Македонија во минатиот век, аграрната политика и стратегиите за развој на агробизнисот и овозможија на Македонија да стане релативно модерна аграрна земја, која можела брзо да ги достигне европските стандарди како во поглед на производството, така и во поглед на пласманот на своите производи на европскиот и светскиот пазар. Агробизнисот постојано притиска за побрз развој на националната економија. Со развиено земјоделство ќе се обезбеди локална храна и дополнителни производи за внатрешниот пазар, а со самото тоа се овозможува и развој на руралните региони каде стапката на невработеност е висока и неповолно влијае врз развојот на самите региони.

Република Македонија има потенцијал и можности за развој на секторот на земјоделството согласно стандардите на ЕУ, но на овој сектор сè уште му е потребен дополнителен развој, кој најнапред треба да ги задоволи потребите на земјата. Ако се направат споредби со аграрниот сектор во развиените земји, може да се констатира дека Република Македонија треба уште многу да работи на ова поле, со цел да ги достигне соодветните стандарди.

Во прилог на агробизнисот одат и статистичките податоци. Имено, 17-18% од вкупниот бруто домашен производ на Република Македонија, доаѓаат од аграрниот сектор, што значи големо внимание од страна на агробизнисот. Ова, од своја страна, дава многу можности на развој на економијата кои се реални и како такви треба да се искористат со соодветна политика кон аграрот. Доколку се направат некои други споредби, на пример во производството на одредени култури и производи односно производни капацитети во Република Македонија, тогаш може да се види дека од хектар засадена површина со пченица може да се

добијат 3000-4000 килограми пченица, додека, на пример, во САД од еден хектар се добиваат 10-12 илјади кг пченица¹. Впрочем, Република Македонија годишно произведува пченица до 360 илјади тони и не ги задоволува внатрешните потреби, увезувајќи годишно до 90 илјади тона пченица. Ваквите статистички податоци покажуваат дека развојот на аграрот е многу атрактивна материја, како за истражување, така и за инвестирање во истиот.

Статистичките резултати покажуваат дека можности за натамошен развој можат да се најдат и на полето на производство на месо и месни производи, каде Македонија сè уште не ги задоволи внатрешните потреби. Имено, во Р. Македонија годишно се произведуваат 3,5 илјади тони месо и месни производи, а се увезуваат до 8 илјади тони вакви производи. Задоволителен развој постои само кај производството на јагнешко месо, каде што земјата извезува до 2,7 илјади тони годишно.

Во контекст на горенаведеното, исто така, треба да се спомне дека земјоделството сè уште претставува традиционална стопанска дејност во Република Македонија. Климатските и природните фактори можат да се сметаат како вонредно погодни (*на пример*, за некои култури во овоштарството, лозарството и градинарството, каде се многу добри климатските и природните фактори), но не се многу добри за житните култури. Сепак, денес, со помош на агротехничките мерки, посебно со можноста за наводнување, условите може да се прилагодуваат. Во минатото, на подрачјето на Македонија, во услови на доцнење на индустријализацијата, земјоделството било основна стопанска дејност во која било ангажирано речиси целото население. Но, ограниченоста на земјоделската површина и големата аграрна пренаселеност влијаеле да се обработуваат и најнепогодните површини, да се копаат шумите и слично. Исто така, не бил ни мал бројот на оние, кои биле принудени да ја напуштат земјата и да одат на печалба. Меѓутоа, и во таквите непогодни услови, на кои треба да им се додадат и лошите општествено–политички услови, сепак се остварувало масовно земјоделско и сточарско производство, од кое дел се извезувало во услови на

¹ www.mzsv.gov.mk

ниска домашна потрошувачка.²

Во поранешната СФРЈ, во чиј состав беше и Република Македонија, развојот на земјоделството беше ставен на втор план, односно приоритетот и беше даден пред сè на индустријализацијата за сметка аграрот. Основната карактеристика на таа политика се состоеше во потценување на улогата и значењето на земјоделството на сметка на индустријата. Република Македонија наследи неадекватна политика од поранешната СФРЈ со низок развој на земјоделството и се спроведуваа програми, кои во суштина не беа соодветни на земјоделската политика на тогашната ЕУ. Усогласувањето на аграрната политика на Република Македонија со Заедничката аграрна политика на Европската унија треба да се реализира преку следниве 5 цели, кои функционираат како заеднички цели на сите земји на ЕУ:

1. постигнување подобра конкурентност преку пониски цени на земјоделски производи;
2. обезбедување земјоделски производи, квалитетна и здрава храна;
3. обезбедување стабилен доход и услови за живеење на земјоделските производители;
4. спроведување производствени методи со подобрување на животната средина;
5. создавање можности за вработување помлади фармери и др.³

Сите овие пет цели, кои си ги поставува ЕУ во нејзината Заедничка аграрна политика имаат за основа остварување развој во агробизнисот. Секако, на овој начин, со остварување на целите за развој, всушност се посакува да се реализира ефикасен, конкурентен и профитабилен агробизнис базиран на принципите на слободен пазар.

Непобитен е фактот дека не само во непосредна иднина, туку исто така и на долг рок, една од главните активности на македонската економија ќе биде

² Узунов, Н; Георгиев А; Неданоски П; Применета Економија, Скопје 2003.

³ Македонска академија на науки и уметностите-Стратегија за развој на земјоделството во Р. Македонија до 2005, Скопје, 2001 страна 133.

агробизнисот, како активност која земјоделството го поврзува со другите сектори на економијата во Република Македонија.

2. Предмет, цели и задачи на истражувањето

Предмет на истражување на докторската дисертација насловена *„Стратешки пристап кон развојот на агробизнисот - Студија на случај на Полошкиот регион“* претставува анализа на развојните стратегии кои се нудат како можности за развој на агробизнисот во Република Македонија и посебно во Полошкиот регион.

Целта на истражувањето е да се даде придонес и одредени насоки за стратегии кои им стојат на располагање на сите оние кои сакаат да се развие агробизнисот во Полошкиот регион.

Задачите на истражувањето се следни:

- да се анализираат алтернативите кои ќе овозможат пониски и постабилни цени за потрошувачите за да се заштитат интересите на сите слоеви на општеството, вклучувајќи ги и потрошувачите со ниски примања;
- да се направи анализа на растот и развојот во агробизнисот;
- како да се овозможи стабилна и доволна понуда на квалитетни прехранбени производи кои ќе ги исполнат потребните стандарди за извоз во Европската унија и трети земји;
- да се определат стратегиите за развој на агробизнисот и да се идентификуваат клучните фактори што ги задоволуваат потребите на внатрешниот пазар и извозот на земјоделски производи и обезбедување нови пазари;
- како да се овозможи стимулирањето на агробизнисот и земјоделството во непривлечни и рурални делови на Р. Македонија со посебен акцент Полошкиот регион;

- како да се овозможи оптимално користење на земјоделските ресурси;
- да се овозможи поттикнување на руралниот туризам како алтернативен извор на приходи во руралните области;
- да се постигне добар развој и стабилна понуда на сировини за прехранбената и преработувачката индустрија;
- да се направи анализа на состојбите на аграрната економија и агробизнисот во Република Македонија со посебен акцент на Полошкиот регион;
- да се согледаат успешни примери на стратегиите на раст и развој во аграрната економија и агробизнисот во Република Македонија со посебен акцент на Полошкиот регион.

3. Користени методологии

Во докторската дисертација ќе се користи аналитичкиот метод (преку обработка и анализа на релевантни статистички податоци), но исто така и некои други методи, како што се: методот на квалитативна анализа, компаративниот метод, методот на индукција и дедукција. Нивното користење и употреба ќе биде во комбинација, со цел подлабоко да се проучи проблематиката, што е предмет на истражување.

При изработката на дисертацијата, како основа ќе се користат следните извори:

- релевантна стручна литература,
- статистички податоци од релевантни институции,
- податоци добиени по пат на анкета (користење на прашалник),
- податоци од различни извори и истражувачки семинари,
- податоци од интернет, итн.

Во оваа студија ќе се применува методологијата на истражување на стручна литература, а, ќе се користат и статистички податоци од јавните

институции, како што се: Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство, Министерството за економија, Државниот завод за статистика, семинари, истражувања на експерти во соодветни предмети и сл. Со употреба на прашалник ќе бидат анкетирани поголем број субјекти (околу 20 производители од агробизнис секторот). Ова ќе биде проследено со статистичка обработка на податоците, врз чија основа ќе се направи презентација на податоци во соодветни табели, графикони итн. Вака обработените податоци можат да се претстават на хартија, а врз нивна основа ќе биде даден позитивен придонес во областа на управувањето со агробизнисот како дисциплина, која на научен начин ја аргументира потребата од примена на позитивните примери од сопствената пракса.

Друг важен метод употребен во истражувањето е споредба на податоците, т.е. компаративниот метод, со цел да се споредат податоците од различни земјоделски претпријатија во земјата и во странство. Исто така, важно место во ова истражување ќе заземат и статистичките методи, кои дозволуваат да се испитуваат податоците аналитички и синтетички.

4. План за презентирање на материјата

Материјата, што ќе биде презентирана во трудот е систематизирана во неколку глави, точки, потточки, кои по логички редослед ја прикажуваат содржината на теоретските и практичните истражувања.

Во *првата глава* од трудот насловена како ***“Значење на агробизнисот за развој на националната економија - Теоретски пристап”*** се образложуваат основните карактеристики на агробизнисот како форма на организирање на една деловна активност. Во почетокот е неопходно да се дефинира поимот на агробизнисот, со цел да се направи негова јасна дистинкција во пошироките анализи. Во Македонија, околу половина од територијата на земјиштето е земјоделско земјиште односно 1.26 милиони ха, од кое, 560.000 ха или 44% се

обработливо земјиште, а 704.000 ха или 56% се пасишта. Улогата на агробизнисот во Македонија има големо влијание врз целокупната економија. Аграрот е третиот најголем сектор по услугите и индустријата. Земјоделскиот сектор во вкупниот БДП остана релативно стабилен со 12% до 13% во споредба со 1.6% на ЕУ. Доколку овде се вклучи и преработувачката индустрија, тогаш овој процент се зголемува на 17% до 18% од БДП. Варијантите за развој на агробизнисот ќе покажат кои се предностите и недостатоците во развојот на агробизнисот во Република Македонија и посебно во Полошкиот регион.

Македонската агроекономија се соочува со големи предизвици и структурни реформи. Нејзиното членство во Светската трговска организација (СТО) ги прошири можностите за зголемување на извозот, од една страна, но истовремено ја зголеми домашната конкуренција (од друга страна). Овие предизвици ќе бидат дури и поригорозни со применување на договорот за слободна трговија со соседните земји и ЕУ-27. Во оваа анализа ќе бидат опфатени структурите на агробизнис - претпријатијата и нивното влијание врз развојот на агробизнисот. Предмет на анализата ќе бидат и агропретпријатијата, нивниот раст, развој и тековните трендови на нивното функционирање и слично.

Друг фактор, кој игра значајна улога во развојот на агробизнисот се и проблемите, што можат да нè следат, а за чие решавање потребни се флексибилност, знаење и добри кадри, што можат да ги избегнат конфликтите во агробизнисот, т.е. менаџирање со конфликти, избегнување конфликти и изградба на правила за што подобро функционирање на агропретпријатијата. Со анализата ќе се направи обид да се дојде до попозитивни резултати, кои ќе дадат придонес за подобра иднина на функционирањето на агробизнисот.

Комуникацијата во агробизнисот е исто така многу значајна за развојот. Имено, сите знаеме за можностите што ги дава информатиката и за нејзиното влијание врз развојот на економијата. Анализите и информациите во оваа насока ќе ни дадат многу примери, кои ќе мора да се аплицираат кај нашите агропретпријатија. Приватизацијата беше тежок период за агробизнисот, но сега

се јасни патеките после транзицијата и целосна приватизација на секторот за прехранбена индустрија, каде со ова ќе се постигне техничко ниво, кое ќе соодветствува на конкуренцијата на меѓународниот пазар.

Влијанието на агробизнисот се анализира и преку Националната стратегија за земјоделство и рурален развој и ИПАРД-програмата, кои се приоритет на Владата на Република Македонија. Националната стратегија за земјоделство и рурален развој има две меѓусебно поврзани цели. *Првата* е да се обезбеди за македонските институции повеќегодишен референтен материјал-стратегија и инструмент за развој на македонското земјоделство и руралните области, а, *втора* е да се воспостави база за поддршка на изработката оперативни планови за земјоделството и руралниот развој. Главната општа цел на ИПАРД програмата е да се подобри конкурентноста на агроекономскиот сектор и прехранбената индустрија, развивајќи ги нив во усогласувањето со стандардите на ЕУ, притоа обезбедувајќи одржлив еколошки и социоекономски развој на руралните области преку зголемени економски активности и можности за вработување. Со имплементацијата на овие две програми ќе се обезбеди јасна патека на развојот на агробизнисот, агропроизводството во Македонија со сертифицирани средства од институции кои се акредитирани од ЕУ. Развојот на агробизнисот е врзан и со усогласувањето на законите на Република Македонија со директивите на ЕУ во земјоделството, со чија имплементација земјата ќе може да стане модерна европска аграрна држава.

Во *втора* глава со наслов ***“Местоположба и улоги на развојните стратегии за агробизнисот”*** ќе бидат подетално прикажани односно анализирани стратешките опции, кои овозможуваат раст во агробизнисот. Во овој контекст, првенствено ќе биде објаснета важноста на планирањето на растот на агробизнисот како важен предуслов за развој и опстанок. Менаџирањето на природните ресурси е значајно за развојот и растот на агробизнис каде може да се идентификуваат и многу клучни фактори што влијаат врз успехот во агробизнисот. Климата, хидрографските карактеристики, педолошките карактеристики и вегетацијата на Република Македонија се на страната на

развојот на агробизнисот. И хидро-системот во Република Македонија е многу значаен за развој односно за стратешките можности. Во овој поглед, Република Македонија спаѓа во оние земји кои имаат изградено системи на наводнување и одводнување, кој опфаќа релативен дел од земјоделските површини. Програмата за субвенции, донации за аграрот и земјоделските кредити се програми што го подржуваат аграрот и кои влијаат директно врз стратегиите за раст во агробизнисот. Програмата за субвенции претставува основен елемент на националната политика за поддршка на земјоделството, која се состои од директни плаќања на хектар по производство на растителни култури и на грло во сточарството. За целосна реализација за развој на стратегиите на агробизнисот неопходно е да се вклучат и меѓународните организации и институции. Постојат голем број организации, кои се занимаваат со развој и со унапредување на прехранбената индустрија и агробизнисот, а најголем дел од нив имаат строго специјализирани дејности и дејствуваат многу успешно со донации во Република Македонија. Владата на Република Македонија има промовирано бројни наменски кредитни линии за земјоделство и прехранбената индустрија, во соработка и со средства и од странски донатори за поддршка на агробизнисот. Овие кредити и субвенции директно влијаат врз стратегиите на развој во агробизнисот. Стратешкиот менаџмент претставува долгорочно планирање, со кое во агробизнисот се обидуваме да постигнеме успех. Имплементацијата на стратешкиот менаџмент во агробизнисот е многу одговорна задача бидејќи од квалитетот на донесените одлуки ќе зависи самото понатамошно работење на агробизнисот.

Исто така, истражувањето и анализата ќе се движат и во насока на објаснување на факторите, кои овозможуваат раст во агробизнисот и подрачјата каде што е потребно подобро искористување на човечките и природните ресурси. Во овој контекст, свое значење има и густината на населението, големината на земјоделското земјиште, водите и др., кои се со среден интензитет и ориентација кон постојано зголемување на конкурентноста на агробизнисот и производството. Растот овозможува и поцелосно задоволување на домашната побарувачка со евтина и квалитетна храна, извоз на свежи земјоделски производи и нивни

преработки преку прехранбената индустрија. Но, и подобрувањето и стабилизирањето на економскиот и социјалниот статус на земјоделските производители има свое влијание врз растот на агробизнисот. Актуелната продажба и ритамот на продажбата во агробизнисот ќе бидат детално прикажани, со цел да се обезбеди подетална и појасна слика за начините за остварување на растот на агробизнисот.

Агротуризмот исто така влијае врз развојот на агробизнисот. Имено, самите туристи се заинтересирани (меѓу другото) исто така да дознаат нешто повеќе и за домашните земјоделски производи, односно за производството и видот на домашната локална храна. Тие сакаат да го видат живото сточарство, производството на вино, сирење, овоштарството и слично. Агротуризмот во развиените земји дава многу добри резултати во вработувањето на руралното население, а нашата земја има добри предуслови за развој на овој сектор.

Во *третиата глава* под наслов **“Овешт преглед на агробизнисот во Република Македонија”** е прикажана прифатеноста на агробизнисот во Република Македонија, нагласувајќи ја притоа традицијата на земјата во аграрот. Имено, земјоделството и агробизнисот се третиот најголем сектор по услугите и индустријата. Секторот на земјоделство и агробизнис учествува во вкупниот БДП на Република Македонија со 17% обезбедувајќи приходи и вработувања за приближно 19% од национална работна сила. Целта е да имаме што повеќе аграрни производи, кои ќе ги исполнат потребите на внатрешниот пазар, како и да се обезбеди извоз. Специфичните цели на агробизнисот во Република Македонија се состојат во развивање на прехранбената преработувачка индустрија, која игра многу важна улога во македонскиот агробизнис сектор. Оваа индустрија постојано може да ги креира економските политики со цел да ги подобрува капацитетите во смисла на зголемување на производството и извозната можност. Предностите и недостатоците се од големо значење за развој на агробизнисот. Земјоделството и агробизнисот во земјата се соочуваат со големи предизвици и структурни реформи, при што членството на Република Македонија во СТО ги зголеми можностите за проширување на нејзиниот извоз, но исто така и

конкуренцијата на домашниот пазар од увезените производи.

Во четвртата глава насловена како **“Квалитетот и конкурентноста како приоритетни елементи за агробизнисот во Македонија”**, анализата ќе се фокусира на нивото на квалитет во агробизнисот. Имено, секој агропродукт треба да биде сертифициран и да ги исполнува сите стандарди за потрошувачка. Со ова ќе се добијат повеќе клиенти и пазар. За да се соочат со конкуренцијата, фирмите треба да се способни да произведуваат стоки и услуги со пониски цени од другите фирми и да имаат диференцијална предност, која се создава кога производите на фирмата или услугите се разликуваат од оние на конкурентите. Македонскиот агробизнис треба со многу прецизност да ги имплементира законите, кои се однесуваат на подрачјето на безбедност на храната, чие донесување беше и услов од страна на ЕУ за да имаме пристап кон нејзините ИПРАД-фондови, од 2009 година. Согласно препораките на Европската комисија за ефикасна имплементација на европското законодавство формирана е експертска мисија за изготвување на стратегијата на безбедност на храна. Во ЕУ има формирано Биро за безбедност на храна (EFSA), кое е одговорно за проценка на опасностите на ова подрачје. Ова биро е дизајнирано да овозможи научни советувања и обезбедување техничка поддршка за законодавството и политиките на Унијата на сите полиња, кои имаат директно или индиректно влијание врз безбедноста на храната и исхраната. Многу е важно, македонското производство да ги исполни ИСО-стандардите, што како посебно важен документ ги наведува принципите за подобрување на ефикасноста на секоја организација што треба да се земат предвид од страна на македонските фирми. Инаку, во врска со ова, овде доволно е само да се нагласи дека треба да бидат земени предвид осум принципи, што се однесуваат квалитетот на менаџментот. Овие 8 принципи ќе бидат предмет на анализа во оваа студија.

Во овој дел, исто така, ќе се анализира и НАССР-стандардот, или Анализата на опасноста и критичните контроли точки. НАССР се користи во прехранбената индустрија за идентификуваните потенцијални извори во храната. Тој се базира на логична примена на техничките и научните принципи во

производството на храна, почнувајќи од нива па сè до трпеза. Принципите на НАССР се применливи во сите фази на производството на храна, во примарното земјоделско производство, подготовката и ракувањето со храната, преработката и дистрибуцијата на храната, малопродажбата и користењето и ракувањето со храната од страна на потрошувачите. НАССР-системот преставува законска обврска за домашните производители на прехранбени производи чие евентуално неововедување доведува до нецаринска и нетарифна бариера.

Во *петтата глава* под наслов “**Анализа на развојните стратегии во агробизнисот на Република Македонија**” акцентот ќе биде ставен врз агробизнисот во македонската економија. Истражувањата и студијата во воведниот дел на оваа глава ќе се фокусираат на застапеноста, значењето и улогата на агробизнисот во македонски услови. Улогата на агробизнисот во општеството и националната економија е јасна слика во овој труд каде агробизнисот и агроекономијата во Македонија ќе ги задоволува потребите на сегашните генерации без да ја загрози можноста и за идните генерации да ги задоволуваат потребите за храна и прехранбени производи во земјата. Во вкупниот БДП на Република Македонија, земјоделството и прехранбената индустрија остануваат на задоволително ниво од 16-17%, а оваа бројка е показател и за перспективата на агроекономскиот сектор на земјата. Агробизнисот, земјоделството и индустријата на прехранбени производи даваат голем придонес во националната економија бидејќи тие служат како апсорбер на шокот од социоекономските и структурни промени во индустријата и другите сектори на економијата. Официјално, аграрната дејност дава приходи и обезбедува вработувања на приближно една петтина од вкупната национална работна сила, меѓутоа реалната состојба најверојатно го надминува овој процент како 36% работна сила и 44% сиромашни, кои живеат во руралните средини. Населението од руралните средини главно се потпира на фармерство како главна форма на стопанска дејност, шумарство, занаетчиство и рурален туризам.

Економскиот амбиент во Република Македонија има големо значење за агробизнисот. Ако моменталниот амбиент во агробизнисот го анализираме од

аспект на извозот и увозот тогаш ситуацијата покажува дека, земјоделските производи преставуваат 15-17% од вкупниот извоз на земјата, иако земјата останува нето увозник на земјоделски и прехранбени производи, што претставува околу 15% од вкупниот увоз. Недостатокот во однос на вредноста е зголемен во текот на последните години, иако значителното зголемување на извозот на тутун битно ја намали оваа празнина. Промоцијата на конкурентноста во производството и зголемување на приходот кај руралното население претставува еден од предусловите за социјална стабилност во земјата. Улогата на локалните власти е значајна за развој на агробизнисот.

Моментално истражувањата во земјоделството во Република Македонија ги вршат пет институти за истражување и развој. Овие институти соработуваат со Земјоделскиот факултет во Скопје. Инаку, сите истражувања во земјоделството се финансираат од страна на Министерството на образование и наука. Овие институти имаат стручен и научен персонал од околу 350 лица, а 40% од вкупниот персонал е со високо образование или со високо научно ниво. Локалните власти и нивната улога во мотивирањето на агробизнисот, како и моменталната ситуација во таа релација ќе биде посебно прикажана со цел да се откријат сегментите каде што можат да бидат направени значителни подобрувања.

Локалната власт може многу да придонесе од аспект на едукацијата во агробизнисот, што како пракса веќе е присутна во земјите на ЕУ. Затоа, локалната власт треба да ја развие локалната инфраструктура во насока, од каде ќе профитира агроекономската дејност и агробизнисот. Аграрната политика во Република Македонија повеќе се реализира од страна на централната власт, но, креативноста може да ја инсталира локалната власт, која може да ги принуди институциите да дадат максимум на локално ниво. Во Македонија 45% од населението живее во руралните области и општини, а можноста за руралните општините да дадат придонес е голема имајќи ги предвид субвенциите, владините и странските фондови и слично. Акцентот секако ќе биде ставен врз стратегиите за раст и развој на агробизнисот во рамките на Р Македонија, со кои треба да се

даде една слика за моменталната состојба во агробизнисот и аграрната политика во Република Македонија.

Во продолжение ќе биде прикажана и една јасна слика на најчестите проблеми со кои се сочуваат македонскиот агробизнис и поддршката што постои во рамките на македонската економија. Перспективите за развој на агробизнисот во Република Македонија се јасни, а она што е потребно е подобро искористување на човечките и природните ресурси, што земјата ги има и тие да се чуваат со ориентација кон постојано зголемување на производите кои се конкурентни на пазарот. Државата има добра перспектива и можности да производи и да ја задоволи домашната побарувачка со евтина и квалитетна храна, како и да обезбеди извоз на свежи земјоделски производи и нивни преработки преку прехранбената индустрија и агробизнисот. Развојот на агробизнисот во Македонија нуди добра перспектива за подобар и постабилен економски и социјален статус на земјоделските производители и поголема вработеност на младата популација.

И, на крај, *шесттата глава* насловена “**Анализа на агробизнисот во Полошкиот регион – Перспективи за развој**” преставува одредено заокружување на она е што е евалвирано во рамките на претходните глави. Од поранешниот систем, Полошкиот регион наследува значителен број земјоделските претпријатија, на кои во оваа студија им се посветува посебна анализа по нивната трансформација, со цел да се утврдат последиците од тоа и да се идентификува некоја стратегија за развој и напредок. Имено, кога беше во составот на поранешна СФРЈ, Република Македонија наследи добра агроиндустрија. Може да се спомнат две големи агропретпријатија, како што се “Горни Полој” во Гостивар и “ЗИК- Тетово”, кои дале добри резултати. Од анализата на трансформацијата на овие две претпријатија се гледа дека овде имало добра приватизација бидејќи овие две профитабилни агроиндустрии претходно имале негативен тренд на нивното производство проследено со отпуштање работници, а сега (како целосно приватизирани) тие успешно работат со тенденција да го одржат нивниот тековен развоен тренд и подобро да се

адаптираат на конкурентноста на пазарот. Овие факти и анализи ќе бидат детално прикажани во трудот.

Стратегиите и можностите за развој на агробизнисот во Полошкиот регион се поврзани меѓусебно. Во студијата ќе се разјаснат можностите кои ќе бидат идентификувани за подобар економски развој на овој регион и стратегиите за развој поврзани со програмите, како што е Националната стратегија за развој на земјоделството во Република Македонија, фондовите, субвенциите од Владата и ЕУ-инструментот за претпристапна помош за рурален развој - ИПАРД фондовите. Имплементацијата на овие програми во Полошкиот регион ќе овозможи подобар информативен систем кој ќе промовира што е можно подобра комуникација со институциите и агробизнисот. Образовниот систем, исто така е еден од сегментите, што треба да се прифати како императив и во Полошкиот регион заради подобрување на стручната човечка инфраструктура. Ова го вклучува и истражувањето на областите во овој регион кои исто така може да дадат придонес за развојните можности како и за добивање јасна слика за областите во кои се сокриени шансите за агробизнисот. Во овој поглед, еден од недостатоците на Полошкиот регион и нефункционирање на ниту еден институт, а потребите укажуваат за што е можно побрзо формирање на таков институт под покровителство на Министерството на образование. Финансирањето на земјоделството и руралниот развој во Полошкиот регион не е во добра состојба иако постојат комерцијални банки, банки кои нудат микро-кредити, штедилници и др. Пристапот до кредитите е многу ограничен бидејќи овие институции на сакаат да инвестираат во аграрот поради ризичната ситуација што е резултат најмногу на лошото водење на сметководството од страна на фармерите и компаниите во руралните области во Полошкиот регион.

Истовремено, прехранбената индустрија во Полошкиот регион има добра перспектива, а главните потсектори на индустријата за преработка на храна ги вклучуваат: производството на леб и бели пецива, производството на овошни сокови и зеленчукови сокови и др.

Проблемите и предизвиците за развој на агробизнисот се различни, но со анализата во текот на овој труд ќе се обидеме да ги идентификуваме проблемите и да сугерираме начини за елиминирање на проблемите. Евалуацијата на имплементацијата на политиките, кои се ориентирани кон Национална стратегија за развој на земјоделството и ИПАРД-програмата сугерираат дека, тие можат да влијаат за решавање на многу проблеми во агробизнисот во Полошкиот регион. Земјоделството е една од областите во економијата, која има контакт со обновливи ресурси. Во овој поглед, од значителна важност е квалитетното чување и огледување предвидувајќи притоа развој и понатамошно чување на заштитените области. Со ваквото по поврзување се очекува да се добие праведна слика на производството на земјоделски производи во Полошкиот регион, како практичен одговор на теоријата за рационално одлучување. Нејзиното активирање ќе биде силна аналитичка ориентација со посебен акцент кон агроекономскиот развој на прехранбената индустрија и производството на земјоделски производи во овој регион.

Како важна активност, агробизнисот во Полошкиот регион ќе претставува столб за развој на малите и средните претпријатија. Се разбира, точно е дека и сега овде има многу успешни претпријатија, но тие сепак не се доволни, а истите можат да се развијат многу повеќе кога ќе се земат предвид можностите. Барањата на пазарот во Полошкиот регион може да се претвораат во интерес на агробизнис-средината која се остварува врз модерни европски принципи.

Докторската дисертација завршува со заклучоци, што претставуваат синтеза на клучните поенти изложени во сите поглавја на трудот.

Литературата, која ќе биде користена во овој труд опфаќа изобилство на различни книги, материјали, научни статии, стручни написи во печатени и други медиуми од домашни автори и автори од повеќе други земји, во најголем дел од англиско и албанско говорно подрачје.

ГЛАВА I - ЗНАЧЕЊЕТО НА АГРОБИЗНИСОТ ЗА РАЗВОЈ НА НАЦИОНАЛНАТА ЕКОНОМИЈА - ТЕОРЕТСКИ ПРИСТАП

Производството и обезбедувањето храна за луѓето, како еден од најстарите сектори на економијата, продолжува да го привлекува вниманието и да добива сè поголема посветеност од страна на луѓето. Иако во развиените држави, земјоделството зема учество во креирањето на Националниот Бруто Домашен Производ (БДП) со едноцифрена норма и ги исполнува потребите за храна, растот на популацијата и зголемувањето на потрошувачката, сепак сеуште остава милиони луѓе гладни и многу поголем број лошо исхранети луѓе во различни делови на светот наспроти начелата на генетскиот инженеринг. Причините за ваквата поларизација, пред сè, кај земјите во развој, каде иако мнозинството од нивното население се занимава со земјоделство, тие сепак се принудени да увезуваат храна за да ги исполнат нивните потреби, се големи. За потребите на исхраната на населението и развојот на земјоделството, на светско ниво се превземени големи чекори и изработени се бројни програми во рамки на Организацијата на обединетите нации (ООН) и Светската организација за храна и земјоделство (ФАО).

Создавањето на впечатокот дека со земјоделство се занимаваат само сиромашните земји и дека неговиот развој се случува само со развојот на другите економски сектори, како што е индустријата, до некаде ја одредил стратешката улога на овој сектор, особено во примарното производство или земјоделските култури. Но, растот на цените на житото и житните производи во 2010 година, како резултат на сушите, почна да ги загрижува и потрошувачите со високи примања, кои што треба да трошат повеќе за исхрана. Без сомнение дека за земјите во развој како Македонија, Албанија и Црна Гора, кои не ги задоволуваат потребите на населението за храна и во голем дел зависат од увоз на храна, предизвикот за развој на земјоделството бара сериозна и одлучна посветеност.

Иако во оваа потреба никој не се сомнева, целта на ова поглавје е да се направи анализа на теоретската рамка за развој на секторот за храна.

Агробизнисот е гранка на земјоделството, која се занимава со преработка и пласирање на земјоделските производи, кои се произведени на индустриски начин. Агробизнисот е поврзан со земјоделството бидејќи ги зема суровините, но се разликува од него поради ефектите кои се карактеристични за примарното земјоделско производство.

Ова е една од главните причини зошто деловните банки не се подготвени да одобрат кредити за одгледување на примарните производи, така да и бизнисите кои се вклучени во овој сектор имаат се поголеми тешкотии да ги вратат заемите⁴.

Сезонскиот карактер на земјоделските производи има директно влијание врз успехот или неуспехот на бизнисот на два начини:

а). *Прво*, неповолните временски услови врз кои човечкиот фактор не може да влијае,

б). *Второ*, конкуренцијата и состојбата на пазарот, особено кога се работи за увезените производи.

1.1. Поим и карактеристики на агробизнисот

Според природата на дејноста, агробизнисот е област од широк спектар, почнувајќи од одгледување житни култури, набавка на семиња, употреба на ѓубрива и хемиски материјали, земјоделска опрема и технологија за преработка на храна, маркетинг, трговија на големо и мало. Во зависност од контекстот, агробизнисот може да има две различни значења. *Прво* или поопширно значење е кога на земјоделството се гледа како на земјоделството и бизнис, што

⁴ Занајќи ги овие ограничувања, земјите, кои му даваат значење на развојот на земјоделството, освен со субвенции, помагаат во воспоставувањето и работењето на земјоделските банки, кои нудат кредити со поповолни услови отколку за другите сектори, вклучувајќи тука пониска камата, подолг период за враќање, како и дополнителни поволности.

вклучува серија активности и дисциплини поврзани со производството на храна, т.е. прехранбената индустрија. *Второто* значење во голем степен е дефинирано со прехранбената индустрија, или вертикалната интеграција на производството и продажбата на храна⁵.

Агробизнисот е индустриска дејност, производство, преработка и трговија на една фирма или група фирми, кои произведуваат или дистрибуираат производи кои се директно поврзани со земјоделството.

Економика на земјоделството е гранка на економијата која го проучува процесот на производство и трговија на земјоделските производи, односите кои се креираат преку овој процес, како и бизнис субјектите во земјоделието, владините и финансиските институции. Земјоделската економика ги проучува и најрационалните форми на организација на земјоделскиот бизнис.

Поимот и карактеристиките на агробизнисот во Република Македонија заземаат релативно значајна улога во развојот на општеството и економијата на државата. Во минатото, земјоделството во потесна смисла се сфаќаше како дејствие, кое не влијае врз глобалната економија на земјата, при што се земаа предвид само руралните места и имаше голем приоритет индустријализација и другите дејности на економијата. Земјоделството е особено важна гранка на македонската економија бидејќи постојат поволни климатски услови, богати природни ресурси и производствено искуство.

Аграрниот сектор во Република Македонија го опфаќа примарното земјоделско производство, шумарството, агротуризмот, ловот и рибарството. Агросекторот игра важна улога во целокупниот социјален и економски живот. Со развојот на агробизнисот во едно општество се опфаќа еден сегмент, а тоа е пораст на производство на агропродуктите и во другиот сегмент постои раст на

⁵ Во деловните активности, вертикалната интеграција претставува соединување на фирми со исти или слични видови на активности, кои имаат заедничка организациска структура и управување со контролата. Тие можат да се комбинираат во поголема корпорација, како што е производителот на храна “Мекдоналдс”, кој има филијали во многу земји во целиот свет.

конкурентноста која треба да се заснова на добри стандарди. Со усогласувањето на нејзиното законодавство со законодавството на ЕУ и нејзиното движење согласно политиките на ЕУ, а со тоа и нејзина припрема за членство во ЕУ, Република Македонија има добар тренд на развојот на агробизнисот со тенденција да стане модерна аграрна земја, која може да ги постигне европските стандарди како во поглед на производството, така и во поглед на пласманот на своите производи на европскиот и светскиот пазар.

Како наука, земјоделството во себе соединува две различни и паралелни гранки: производство на растенија и одгледување животни.

Агробизнисот во потесна смисла се сфаќа како огранок на земјоделството, но во суштина тоа е дел од земјоделството и економските науки, каде во една насока го диктира обемот на производството во земјоделство, а во друга насока го покажува реалниот економски раст. Во неговата поширока смисла, агробизнисот ги вклучува сите активности на агрокомплексот.

Овие активности имаат за цел да обезбедат инпути за производството на земјоделството, прехранбената индустрија, како и да се менаџира производството во земјоделството и истите да ги преработи. Овде, важна улога исто така има и транспортот и складирањето на земјоделските производи. Во неговата потесна смисла, агробизнисот претставува дејност, што ја организира продажбата на агропроизводи. Дефиницијата на агробизнисот во себе го обединува севкупниот производствен и дистрибутивен систем на храна. Ако ја прикажеме сликовито, таа опфаќа листа од 950 видови занимања и околу 1900 посебни производствени гранки, што му користат или имаат некоја корист од агробизнисот.⁶ Домино-ефектот на агробизнисот е многу значаен за економијата во едно општество каде овозможува раст во три ланци. Имено, ако постојат добри резултати во производството на аграрните производи тогаш ќе има и голема можност во прехранбената индустрија која во 90% зависи од сировините во земјоделството. Во тој случај ако има добар прогрес во прехранбената индустрија тогаш нема да

⁶ Ѓорѓевски, Ѓ; Данилоска, Н: *Вовед во економика на земјоделството*, Скопје 2008, стр. 30

има недостатоци на пазарот од прехранбени стоки, кои исто така овозможуваат да постои купопродажба внатре во земјата и извоз за надворешниот пазар.

Терминот агробизнис прв пат е воведен од страна на Дејвис и Голдберг во 1957 година и истиот претставува систем составен од следниве три дела:

- земјоделскиот сектор;
- секторот на производство и
- обработка на производите.⁷

Овие три сектори меѓу себе се поврзани од каде трите сектори кога работат нормално мора да има успех во агробизнисот. Овде, треба да се напомене дека, земјоделството уште претставува традиционална стопанска дејност во Република Македонија.

Климатските и природните фактори може да се сметаат како вонредно погодни (*на пример*, за некои култури во овоштарството, лозарството и градинарството, за кои климатските услови се погодни), но истите тие климатски услови не се погодни и добри за житните култури. Сепак денес, со помош на агротехнички мерки, посебно со можноста за наводнување, тие услови можат да се прилагодуваат. Во минатото, на подрачјето на Република Македонија во почетните фази на индустријализација, земјоделството било основна стопанска дејност во која било ангажирано целото население. Но, ограниченоста на земјоделската површина и големата аграрна пренаселеност, влијаеле да се обработуваат и најнепогодните површини, односно да се копаат шумите и слично. Исто така, не бил мал ниту бројот на оние, кои биле принудени да ја напуштат земјата и да одат на печалба, меѓутоа и во такви непогодни услови, на кои треба да им се додадат непогодните општествено економски услови, сепак се остварувало масовно земјоделско и сточарско производство, чиј еден дел се извезувал во услови на ниска домашна потрошувачка.⁸ Со ова може да се

⁷ Dr.B. K. Baruah-Department of Agril. Economics, Farm Management Assm Agricultural University-Agrubusiness menagement, its meaning, nature and scope, types of menagement tasks and responsibilities.

⁸ Узунов,Н; Георгиев, А;Недановски, П; Применета Економија, Скопје 2003 стр. 353.

констатира дека Република Македонија има традиција во аграрниот сектор, а тоа е показател дека постои основа за развој на агробизнисот, со што првенствено преку развојот на агробизнисот најнапред треба да се задоволат сопствените потреби на матичната земја.

Пристапувањето на Република Македонија во рамките на ЕУ претставува национален интерес на земјата од каде со овој процес се прават поволни и јасни политики за земјоделството, каде има многу можности и за развојот на агробизнисот. Пристапувањето на Република Македонија во ЕУ истовремено претставува и можност за земјоделскиот сектор во форма на помош од фондови, а притоа на државата и се наметнуваат обврски за спроведување конкретни институционални регулаторни барања неопходни за ова подрачје.

Од анализата на Светска банка од месец ноември 2006 година, „*Macedonia Agriculture and EU Accession*“ се заклучува дека пред нејзиниот влез во ЕУ, Република Македонија треба да ги користи фондовите од ЕУ, со цел да се подготви и реконструира нејзиното земјоделство. Во овој документот на Светска банка се дефинирани неколку предизвици, кои Македонија треба да ги реши бидејќи тие претставуваат тежок товар за нејзините институции и јавниот сектор. Овие предизвици ги опфаќаат следниве активности:

*** Подобрување на расходите на земјоделството:** Во Р. Македонија оперативните трошоци во земјоделскиот сектор треба да се зголемат за да се исполнат ЕУ стандардите и институционалните барања, но прво Македонија преку институциите на системот треба да ја подобри ефикасноста и распределбата на јавните расходи, зајакнување на институциите, подобрување на институционалните капацитети во земјоделскиот сектор и да се зајакнат и капацитетите во Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство на Република Македонија (во натамошниот текст означено како “МЗШВ”) на Р. Македонија. Ова го вклучува и завршувањето на програмата за рурален развој, која моментално се имплементира во Република Македонија, а човечките

ресурси и буџетските капацитети да се зголемуваат согласно препораките на ЕУ. Помошта за оваа стратегија доаѓа и од ИПАРД-програмата за развој од каде со мешани поддршки од Владата на Македонија и од ЕУ фондовите се движиме кон целите, кои се потребни во земјоделството. Застарените активности во земјоделството треба да се исфрлат од употреба, отворајќи на тој начин простор за иновации и за итните потреби, а ресурсите да се насочуваат кон попродуктивни расходи заради подобро земјоделство, како што е руралната инфраструктура и насочување на ресурсите во функција на подобри земјоделски услуги. Распределбата на субвенции треба да се врши врз јасна и системска основа со цел да се минимизира неизвесноста и да се олесни долгорочното планирање за земјоделството. Намената и влијанието на субвенциите треба да придонесат во олеснувањето на трговијата на земјоделските производи, здравствената состојба на животните, земјоделските истражувања и инвестициите што се прават во водната инфраструктура, со цел да се обезбеди доволно вода за земјоделство и др.

- Подготовки за исполнување на барањата за пристапување во ЕУ и пристап до претпристапна помош, како што е ИПАРД- агендата, кои се потребни за да се пристапи до средствата, на кои Македонија има право, како и да се подготват потенцијалните корисници (земјоделците и руралните претприемачи) за аплицирање за помошта од ЕУ ИПАРД-програмата.

Овие барања ќе овозможат значителен пораст во јавните трошоци во земјоделството во износ од најмалку 4.000.000 € годишно.

- Решавањето на клучните ограничувања - Подобрување на пристапот за влез и промовирање на потребата од интензивирање на производство преку стимулирање зголемена конкуренција и поголем увоз на семе, вештачко ѓубриво и машини, како и спроведување на политиките за надминување на структурните ограничувања кај руралните кредити.

Управувањето на државно земјоделско земјиште да се врши на потранспарентен начин и да се извршуваат други политики, со цел земјиштето да се направи подостапно за приватните фармери⁹.

Во прилог на агробизнисот се и статистичките податоци преку кои се потврдува дека од вкупниот бруто домашен производ на Република Македонија, околу 18 % доаѓа од аграрниот сектор, што значи дека треба да се посвети големо внимание на агробизнисот кој дава голема можност за развој и економска перспектива во земјата.

Ако се направи споредба на агропродуктите тогаш може да се согледа значењето на аграрната политика која треба да поаѓа од стратегиите на развојот на агробизнисот во Република Македонија.

Република Македонија годишно произведува до 360 илјади тони пченица, но со тоа не се исполнуваат домашните потреби, што е пак причина за увоз на големи количини пченица.

Ваквите статистички податоци покажуваат дека развојот на аграрот е многу атрактивна материја, како за истражување, така и за инвестирање во истата.

Ваквата ситуацијата е иста и кај месото и месните производи во прехранбената индустрија, од каде годишно во Република Македонија се троши до 13 илјади тони месо и месни продукти, додека пак во државата се произведува до 3,5 илјади тони. Во Република Македонија, добро е да се има предвид и анализира како успешен тренд јагнешкото месо, чиј извоз изнесува до 2,5 илјади тони годишно, а позитивен тренд има и зеленчукот, за кој исто така имаме извоз во странство¹⁰. Истовремено, внимателно треба да се анализираат и можностите

⁹ Report No. AAA11-MK, Macedonian agriculture and EU Accession November 2006 - Document of the World Bank.

¹⁰ www.stat.gov.mk

во агротуризмот каде како модел треба да се земе некоја успешна европска земја и практично да се имплементираат искуствата во Република Македонија, која има добри природни услови, планини и села, каде треба да има пораст на агротуризмот. Овде може да направи една кратка споредба со соседна Р. Србија, која има добар тренд и пораст на агробизнисот и земјоделството, Србија има 21% на БДП¹¹ од земјоделскиот сектор и 18% на населението остварува приходи од земјоделството.

Македонија од земјоделскиот сектор и прехранбената индустрија има 18% во БДП¹² со тенденција тоа да се зголеми во наредните години, а во Европската унија БДП од земјоделскиот сектор изнесува 1.5% од вкупниот БДП. Овие статистички податоци го зголемуваат вниманието за агробизнисот, кој дава многу можности на развој, а можностите за развој на економијата се реални и како такви треба да се искористат со соодветна политика кон аграрот.

Непобитен е фактот дека не само во непосредна иднина, туку и во подолг временски период, една од главните активности на Македонската економија ќе биде агробизнисот, како активност, што земјоделството го поврзува со другите сектори на економијата во Република Македонија.

1.2. Местото и улогата на агробизнисот

За да се разбере целосно улогата на агробизнисот во економскиот развој, најпрво треба да се направи еден историски осврт на примарното производство бидејќи тоа е гранката од која се снабдува и зависи неговиот развој. Земјоделството и производството на храна за населението спаѓаат во групата на на најстарите гранки на економската дејност.

¹¹ Agribusiness- SIEPA-2006

¹² www.mzsv.gov.mk

Прехраната на населението е процес и дејност која постојано им подлегнувала на трансформациите од раните временски периоди па сè до ден денеска, и сигурно е дека и во иднина ќе има разни форми на адаптација. Во фазите на примитивниот развој на човечкото општество, луѓето се хранеле начелно со готови производи од природата. Подоцна општеството премина на консумирање на месо добиено од животинскиот свет, кое го печеше и му додаваше сол за да биде повкусно. Со зголемувањето на бројот на населението и со распространувањето на природните богатства на различни страни на светот, се зголеми и потребата за размена или тргување со храна. Фактички, различните природни и климатски услови го изнудија превозот на прехранбените производи од местата каде што ги имаше во доволни количини или каде што се произведуваше поголема количина од потрошувачката, во места каде што имаше недостиг или недоволна количина храна. Природата и климатските услови исто така ги принудија одредени народи да се навикнат на консумирање одредени видови храна, практика која се употребува и ден денеска. Така на пример, во Кина и во земјите од Далечниот Исток, оризот е главен прехранбен производ. Во Балканските земји, на кои припаѓа и Македонија, за исхрана најмногу се користи житото и производите кои се деривати на житото. Земјите од Западна Европа каде што владее поладна клима, повеќе го одгледуваат компирот.

Некои земји доминираат во одгледување одредени култури или ги уживаат богатите на климатските поволности за одредени земјоделски култури. Бразил, *на пример*, е познат како одгледувач и најголем производител на кафе. Медитеранските земји се познати по производство на лимон, портокал и смоква. Средниот Исток пак се препознава по урмите. Екваторијалните земји се синоним на производство на банани, а европските држави пак по рибата, и така натаму. Земјите, каде овие природни ресурси ги има во изобилие, поради непропорционалната природна распределба, ги извезуваат таквите ресурси во форма односно својство на примарна сировина во многу други земји (начелно развиените), во кои не постојат основни услови за нивно одгледување. Но, овие земји, кои имаат увезено такви ресурси, станале познати во светот по преработката или производство на дериватни производи, кои се веќе познати

марки низ целиот свет. На пример, Швајцарија, која иако нема никакви услови за одгледување кафе и на какао, но ги увезува истите и ги финализира во краен производ како што е *"Nescafe"* или чоколадо *"Nestle"*. Истото се однесува и на многу други земјоделски култури. Кога веќе и ова не е доволно за исполнување на потребите на населението за храна, како резултат на поголемиот раст на светското население, излез е побаран преку примена на биотехнологијата и генетскиот инженеринг, преку употребата на пестицидите и хербицидите. Но, иако е постигнат голем напредок во оваа насока, исхраната на светското население и натаму останува предизвик, дури и во Република Македонија, каде што увозот на храната е голем и покрај добрите услови за производство земјоделски производи и можностите за значително подобрување на состојбата на земјоделството воопшто.

Временскиот период, кој ќе биде опфатен во овој труд, при анализа на теоретските третмани за развој на земјоделството, започнува од физиократите па наваму.

До моментот кога класичната теорија за организацијата и претприемништвото, успехот на бизнисот им го препишуваше на влијанијата на домашните фактори или способноста да се произведе, на консумирањето храна се гледаше од аспект на способноста на неговото производство.

Во современиот свет овие соодноси и ставови се видно изменети од самиот пазар. Имено, како и со случајот на други стоки на пазарот, така и прехранбените производи за широка потрошувачка зависат од голем број надворешни фактори, а наспроти тоа многу малку од ефектите на домашните фактори. Всушност, на прво место овде е влијанието на надворешните фактори или состојбите на пазарот, кои ги диктираат одлуките поврзани со внатрешната организација на производните сили за да се одговори на сигналите и барањата на надворешните влијанија. Постои и социјалистичка теорија за развој на земјоделството, но оваа тема ќе биде истакната во поглавјето каде се зборува за Македонија.

1.2.1. Класична теорија

Оваа теорија е развиена врз основа на настаните, околностите, извршените и испробаните експерименти во текот на XVIII век, во земјите од Западна Европа, особено во Велика Британија, Франција и Германија кога се интензивира развојот на капитализмот. Заедно со првата индустриска револуција, се случуваше и револуција на научно и теориско поле во економијата, со посебен интерес кон земјоделството.

Не е случаен фактот што во Франција, која може да се нарече родното место на физиократите, земјоделството стана синоним за економските науки, за еден поредок кој се нарече поредок на природно владеење, кој потекнува од грчкиот збор “*fizis*” (природа) и “*kratein*” (владеење). Имено, како економско размислување, физиократизмот беше развиено главно во Франција од страна на група економисти предводена од Франсоа Кене (1694-1774) и која беше наречена економска школа. Физиократската школа се темелеше врз следниве основни начела:

1. економска слобода, вклучувајќи ја тука и слободата на поединецот, опфатена со францускиот израз *laissez faire - laissez passer* (да се остават работите да течат); и
2. земјоделското производство, особено големиот имот во земјоделството, е одлучувачки фактор на економскиот развој.

Земјоделството се сметаше за единствена економска активност која дава т.н. чист производ. Ова мислење на физиократите се прифати и во неколку други европски земји. Слабоста на ова мислење се состоеше во фактот што тоа ја разбираше историјата на развојот на општеството како апстрактен материјален закон кој владее во одредено време¹³. Улогата на земјоделството како гранка на економијата беше во центарот на вниманието на истражувачите на класичната политичка економија и меѓународната трговија со храна. Така, на пример, Адам

¹³ Адемај Синан (1996), Историја на економската мисла, Економски факултет, Приштина.

Смит (1723 - 1790), кој во англосаксонскиот свет се смета за основач на економијата, ја разви теоријата на апсолутна предност во меѓународната трговија, во која една земја треба да се специјализира во производството и извозот на еден или повеќе производи за кои има подобри услови и можности.

Во оваа смисла, тој сугерира дека земјите со подобри услови за развој на земјоделството треба да се специјализираат во таа област за извоз или да ги разменуваат за индустриски производи од другите земји, кои се повеќе специјализирани во конкретна индустрија¹⁴.

На прв поглед се чинеше дека ова било вака во време кога Велика Британија беше најразвиена индустриска земја што ѝ овозможуваше да стане извозник на конечните индустриски производи, особено на машини, а другите земји да станат зависни од увозот од Велика Британија. Во тоа време важеше оправдувањето дека односот помеѓу земјоделството и индустријата во меѓународната трговија носи заемна корист за земјите вклучени во трговијата, и важеше начелото дека таквата специјализација нив ќе ги чини многу, така да поисплатливо би им било да увезуваат одредени производи отколку тие сами да ги произведуваат.

На оваа теорија и ваквата реалност се спротивстави германскиот економист Фридрих Лист (1789 - 1846), кој тврдеше дека Германија треба да постави царински бариери кон британските производи додека германското индустриско производство не дојде во позиција на еднаква конкурентност, а потоа да се отстранат царинските давачки¹⁵. Сепак, теоријата на апсолутни предности на Смит не одговори на прашањето во случај кога државата не е во состојба да произведува и продава каков било производ на пазарот поради конкуренцијата од странските производи, што ќе се случи кога приходите на таа земја треба да се остварат преку производство кое налага увезување многу други сировини.

¹⁴ Smith, Adam (1776 [2007], *An inquiry into the nature and the cause of the wealth of nations*, London: Adam Smith Institue.

¹⁵ List, Friedrich (1841), *The National System of Political Economy*, translated by Sampson S. Lloyd M.P., 1885 edition, Fourth Book, "The Politics", Chapter 33.

На овој недостаток од теоријата на Смит даде одговор британскиот економист, Давид Рикардо (1772 – 1823) преку неговата теорија за компаративните предности, според која ако една земја нема апсолутна предност во производство и продажба на некој производ, тогаш таа земја сепак може да го произведува и да го нуди тој производ или да се ориентира кон производство на производи кај кои заработката не е толку голема или иста во споредба со истите производи од други земји, при што сепак загубите се помали.¹⁶ На пример ако една земја не може да произведува возило со квалитет и функции на “Mercedes” или “BMW”, тогаш таа земја сè уште може да произведува други модели возила со понизок квалитет и својства, да речеме на пример “Renault”, и истиот да го пласира на пазарот.

Друга битна констатација околу соодносот помеѓу развојот на земјоделството и порастот на населението дава британскиот економист Томас Малтус (1776 - 1834) во своето дело насловено “Есеј за населението”, каде што предупредува дека населението расте според геометриска прогресија (1, 2, 4, 6, 8, 16), а од друга страна, средствата за живот според аритметичката прогресија (1, 2, 3, 4, 5, 6). Овој сооднос тој го сметаше за проблематичен, оценувајќи дека, за да се намалат неговите долгорочни последици може да бидат потребни дури и природни катастрофи и војни.

Иако во тоа време, па дури и денес постојат поддржувачи на оваа теорија како *неомалтијузијанци*, сепак нема да навлеземе во детали околу овој сооднос, но преку темелно образложени анализи, во други поглавја, ќе се обидеме да констатираме дека неконтролираниот раст на населението во светот и недостигот на храна за еден голем дел од тоа население претставува голем проблем.

1.2.2. Современиот пристап

Современите ставови околу развојот на земјоделството се поделени како во

¹⁶ Ricardo, David (1818 [1951]), *On the Principles of Political Economy and Taxation*, Cambridge: Cambridge University Press.

концептуална смисла, така и во поглед на целта на економските политики на државата, односно од аспект на меѓународната трговија.

Државите со развиени индустрии истовремено претставуваат најголеми производители на храна. Земјоделството во развиените земји многу малку учествува во формирањето на Бруто домашниот производ (БДП), а многу мал дел од населението се занимава со оваа економска активност.

Во САД земјоделството придонесува само 1,1% од БДП, но, САД, исто така, се и најголемите производители и извозници на храна поради високата развиеност на другите сектори.

Масовното производство на храна во современиот свет се овозможува преку биотехнологијата и генетскиот инженеринг¹⁷. Од друга страна, во земјите во развој, како што е Македонија, речиси половина од населението живее во руралните области и главно се занимава со земјоделство. И покрај високото учество на населението во секторот на земјоделство, или неколку пати повисокиот процент на земјоделството во формирањето на БДП споредено со развиените земји, количината храна која се произведува сè уште е недоволна за исхрана на населението. Со овој проблем се соочуваат и многу други земји кои поминаа низ фазата на транзиција.

По повеќе од една деценија транзиција во Централна и Источна Европа учеството на земјоделството во БДП падна од речиси 50% на 15-30%, но тоа сè уште беше многу високо во споредба со земјите на ОЕЦД¹⁸. Либерализацијата на трговските политики им овозможи на овие земји да го отстранат т.н. "недостиг" на многу артикли, но во исто време им ги намали можностите за локално производство и зголемување на продуктивноста.

¹⁷ Gliessman, Stephen R. dhe Martha Rosemeyer (2010), *The conversion to sustainable agriculture: principles, processes, and practices*, Santa Cruz: CRC Press.

¹⁸ European Bank for Reconstruction and Development – EBRD (2002), *Transition Report 2002: Agriculture and rural transition*, London: EBRD.

На ниво на Европската унија (ЕУ), земјоделството учествува во креирањето на БДП само со 1,8 проценти¹⁹. Разликата помеѓу високото учество на земјоделството во креирањето на БДП во земјите во развој и многу ниското учество во развиените земји, кои имаат голем капацитет за производство на храна, се состои во фактот што, индустријата кај втората група земји е повеќе развиена, што (од своја страна) влијае на обработката и финализацијата на многу прехранбени производи од земјоделско потекло, но самата активност не влегува во пресметките на земјоделството и покрај тоа што нејзината зависност од земјоделството е од витално значење.

Горенаведеното може да се илустрира со фактот дека, производството на пијалациите, конзервираната храна и месото, не се вбројува во земјоделството, туку во индустријата.

Според оваа теорија, земјите во развој треба да ги либерализираат нивните пазари за индустриски стоки од развиените земји за да овозможат обезбедување на потребните технологии и агротехнички мерки за развој на земјоделството, и да создадат можности за извоз на сировини, материјали и земјоделски производи во развиените земји. Начелно, овој пристап ќе донесе корист за двете земји. Сепак, економските политики во овој поглед се многу посложени отколку во периодот на класичниот либерализам.

Нобеловецот Стиглиц, ги критикува пристапите на некои развиени земји, главно земјата од која потекнува тој (САД) и меѓународните финансиски институции, како што се Меѓународниот монетарен фонд (ММФ) и Светската банка, за вистинските политики за земјите во развој, како дел од Вашингтонскиот Консензус на новата религија – религијата на фундаментализација на либерализацијата и отворањето на пазарите.

¹⁹International Monetary Fund – IMF (2011), World Economic and Financial Surveys, World Economic Outlook Database, Washington D.C: IMF.

Западните земји ги принудува сиромашните земји да ги елиминираат трговските бариери, но истовремено тие ги зачувале нивните пречки, со цел да не им го овозможат на сиромашните земји извозот на земјоделски производи и да остварат значителни приходи. Меѓу другото, САД и Јапонија ги изградиле нивните економии со внимателна заштита на некои од нивните индустрии додека не се зајакнале доволно за да ја издржат конкуренцијата од странските компании²⁰.

Се чини дека, и во модерно време, теориите за нерамноправноста во меѓународната трговија, економската либерализација и противречностите во меѓународниот економски развој, начелно не се многу променети од оние во класичниот период. Освен ова, противречностите во современи услови се дури позагрижувачки и истите бараат поголемо внимание, грижа и мудрост бидејќи се работи за актери кои формулираат и создаваат економски политики за имплементација во глобални размери.

1.2.3. Генетски модифицирано производство на храна

Генетски модифицираната храна (*Genetically modified food* - GMF, или биотехнолошка храна) опфаќа прехранбени производи добиени од генетски модифицирани организми, на кои се изведени специфични измени на ДНК преку техниките на генетскиот инженеринг. Ваквите видови храна за прв пат беа пуштени во продажба во 1996 година.

Од најпознатите земјоделски производи врз кои е извршена оваа модификација се житата, доматиите, шеќерната репка и памучните семенки за производство на масло. Овде, генетската модификација опфаќа додавање или одземање неколку гени од производот, или трансфер на гени од други организми. Научниците за прв пат во 1946 година открија дека ДНК може да се трансферира и комбинира помеѓу различните организми, со цел да се постигнат разни

²⁰ Stiglitz, Joseph E. (2002), *Globalization and Discontents*, London: Penguin Books.

посакувани ефекти, на пример, зголемување на нивната стандардна големина.²¹ Ваквите случаи на генетски модифицирани производи ги сретнуваме готово секаде, како на пример кај кромидот, сливите, јаболката, кои се разликуваат по големина од традиционално познатиот кромид, есенските сливи и јаболката од помала големина кои растат во Македонија. Слични техники се употребуваат и во други култури за да се постигне поголем принос, како и врз пестицидите и хербицидите за да се овозможи нивниот непречен и брз развој. Модификации се направени и во производите од животинско потекло, како на пример, при производство на сирењето, кашкавалот, месото, и многу други производи од животинско потекло. Критикувачите на овие модифицирања напомуваат дека таквата храна има неколку слабости, при што се потенцира безбедноста, влијанието врз човековиот организам, како и нивната еколошка загриженост поради преголемата употреба на пестициди и хербициди.

Иако мнозинството од луѓето се убедени дека модификуваната храна му помага на светот во ублажувањето на проблемот со недостиг на храна, тоа сепак не е најдобар начин за консумирање храна. Многумина ја консумираат ваквата храна без да ја знаат нејзината содржина. Во САД е дозволено неистакнувањето на генетски модификуваната природа на храната во етикетите, но ова не е случај во Европа и во други земји во светот. Во 2002 година, Замбија го прекина набавувањето на ваквата храна, главно пченица од Светската Програма за храна на Обединетите нации, со што населението остана без помош во храна за време на глад. Гледајќи ја опасноста од продлабочување на гладот, замбиската Влада го промени мислењето и го дозволи нејзиниот увоз. Во 2004 година, Хуго Чавез ја најави целосната забрана за генетски модифицираните прехранбени производи на територијата на Венецуела, а во почетокот на 2005 година Унгарската влада известиле за забраната на увоз, собирање и сеење на модифицирана пченица, што подоцна се одобри и од страна на ЕУ. Во 2010 година, Индија постави мораториум врз ГМХ (GMF) сè додека не се создаде доверба во неа кај нејзиното население.²²

²¹ Lederberg J, Tatum (1946). "Gene recombination in *E. coli*", *Nature* 158 (4016): 558.

²² Agence France-Presse (2010), "India says no to first GM food crop", New Delhi, 9 February 2010.

Органската храна е поздрава за човековиот организам. Како што укажува и самото име, во нејзиното култивирање не се опфаќа употребата на вештачките ѓубрива и пестициди, и при нивната доработка не се додаваат адитиви.²³ Според оваа дефиниција, органската храна е попрродна и таа може да се смета за многу побезбедна за консумирање. Ова беше главната храна за човекот сè до индустријализацијата на земјоделството, која се интензивираше со употреба на разни хемикалии. Откако ја почувствувале разликата во вкус, потрошувачите станале посвесни и имаат поголем стремеж да се вратат на консумирање на органската храна, со што ја започнаа “зелената револуција” и движењето за органско култивирање во 1940 година.²⁴

При подготовката на таква храна, поголемиот дел од состојките мора да бидат од органско потекло. Дозволено е присуство на неоргански состојки, но во многу мала количина (до 5%), да нема адитиви и многу ниско присуство на пестициди ако не се синтетички. Производството и обработката на органската храна е регулирана дејност.

Споредена со култивирањето на традиционалната храна, органската храна се смета за поздрава и помалку штетна за околината. Најчесто прифатените аргументи кои исто така се потврдени со истражување се: а). органското култивирање без употреба на пестициди ја прави околината помалку зависна од негативните ефекти како за загадување на земјиштето така и на водата; б). подобриот избор за екосистемите на разните растенија, инсекти, животни, отколку со конвенционалното култивирање и в). органското култивирање просечно повеќе ја зачувува околината бидејќи произведува отпадоци како што се

²³ Додатоците се супстанции или материјали кои им се додаваат на храната за појак вкус или зголемен принос. Таков може да биде квасецот кој помага во подигање на волуменот на лебот, мирисите за овошните сокови, и др. Го губат природниот вкус и вештачки и даваат на храната мирис според зачинот. На пример, словенечкиот произведувач на овошни сокови “Fructal” произведува сок од праска и од тиквата која има слична боја со праската, но додава и голема количина мирис на праска, и производот спрема вкусот изгледа дека е ексклузивно произведен од праски.

²⁴ Drinkwater, Laurie E. (2009), “Ecological Knowledge: Foundation for Sustainable Agriculture”, in Francis, Charles A. Ed., *Organic Farming: The Ecological System*, Madison: American Society of Agronomy Inc..

хартијата, пластиката и металите во кои се пакува храната.²⁵

Разликите помеѓу органската, конвенционалната и генетски модифицираната храна се многу битни за изборот, бидејќи мнозинството луѓе може да се најдат прикleshтени помеѓу алтернативите за исхрана со здрава храна или со храна која се произведува полесно и е поевтина но со одредени слабости.

Анализите и студиите на овие различни производи дошле до различни резултати. Бидејќи за да се дојде до јасен заклучок се потребни поголем број истражувања, овде треба да се спомне дека поддржувачите, како Џонсон, заклучуваат дека, освен повисокиот квалитет на земјиштето кое не подлегнува на употреба на пестициди, органските растенија и производи имаат подобри шанси за одржување на водата во подолг период, што е битно за време на сушите, така да и количините ќе бидат поголеми. Критичарите од друга страна своите аргументи ги базираат врз она што претставува општа грижа, т.е. потребата за поголем простор за култивирање на органската храна во време кога поголемиот притисок од урбаниот пораст може да го дебалансира екосистемот за подолг временски период.²⁶

Агробизнисот може да се развие и без да се има на располагање сировини или производи од земјоделско потекло. Имено, општо посматрано, земјоделството претпоставува обработување земја, засадување семе, молзење крави или хранење добиток. Ова беше точна слика и имаше смисла за земјоделството порано, а денеска тоа има поинакво значење и содржина односно тоа е развиено во агробизнис, станувајќи притоа систем, кој посегнува да ги поврзе ланците на земјоделството, производството и прехранбената индустрија со клиентите и потрошувачите. Имено, во агробизнисот не се вклучени само оние кои имаат фарми, туку во него се вклучени и други фирми и луѓе што менаџираат, на пример оние кои нудат инпути во земјоделството како семе, хемикалии, кредити, итн., а

²⁵ Stolze, M., Piorr, A., Häring, A.M. and Dabbert, S. (2000) Environmental impacts of organic farming in Europe. Organic Farming in Europe: Economics and Policy Vol. 6. Universität Hohenheim, Stuttgart-Hohenheim.

²⁶ Johnston, A. E. (1986). "Soil organic-matter, effects on soils and crops", Soil Use Management, Vol. 2, No. 3, pp. 97–105.

исто така, и оние што нудат млеко, месо, жито итн., како и фирми што произведуваат прехранбени производи, на пример леб, житарки, појадок и др. Освен тоа, овде се вклучени и фирми и лица кои обезбедуваат транспортни услуги и кои ги продаваат прехранбените производи на потрошувачите, ресторани, супермаркети и др. “Земјоделството има значајно и стабилно учество во македонската економија. Имено, веднаш по индустријата тоа има најголемо учество во БДП. Меѓутоа, ако се додаде и процесот на учество во индустријата тогаш агрокомплексот добива поголемо економско значење и од останатите индустрии”²⁷.

Агробизнисот со неговиот систем овозможува брза трансформација на традиционалното земјоделство односно специјализирање на активностите на земјоделството. Но, оваа трансформација не доаѓа преку ноќ туку доаѓа полека како одговор на различни ситуации каде улогата е значајна во сите земјоделски сектори и каде што треба да се заборават фармерите чие производство беше скромно во снабдувањето на луѓето и нивните семејства. Земјоделскиот сектор со системот на агробизнис нуди вработување, приходи за руралните средини и овозможува солиден живот на самите фармери, чии производи ќе го снабдат внатрешниот пазар на земјата фокусирајќи се притоа на извоз на нивните производи во ЕУ и трети земји. Земјоделството и агробизнисот даваат голем придонес во остварувањето на целите на економската политика. Овој придонес може да согледа од повеќе аспекти. Имено, со развојот на аграрот и со промените кои настануваат во меѓународните економски односи земјоделството придонесува за пофлексибилна размена на производството меѓу земјите особено малите земји како нашата, што резултира со пораст на надворешната трговска размена на агропродукти и услуги. Но, се разбира, ова не се случај само со земјоделскиот сектор бидејќи размената се одвива и во другите економски сектори, со учеството на земјоделството и агробизнисот со агропродукти како производители на храната. Прехранбената индустрија е многу важна и има улога во целите на економската политика на Македонија. Во функција на остварување на вкупните цели на економската политика може посебно да се истакне придонесот на

²⁷ Македонска Академија на науките и уметност- Национална стратегија за развој на земјоделство во Р. Македонија до 2005 година- Скопје 2001- стр.24

земјоделството поврзан со можностите за поголемо вработување, пораст на производството, односно националниот доход, поттикнување на брзиот техничко-технолошки развој, остварување нестоковен меѓународен промет (туризам, сообраќај), отплаќање на долгот за меѓународните заеми, трговска размена и друго. За некои од нив, не може да се каже дека се од примарно значење бидејќи нивната улога, во главно, зависи од видот на конкретната земја и степенот на нејзиниот економски развој.²⁸

Меѓутоа, местото и улогата на агробизнисот во суштина се од значење за бизнисот кој е во врска со примарното земјоделско производство и овозможува основни вештини за водење земјоделски претпријатија. По услугите и индустријата, аграрниот сектор е најзначаен во Република Македонија, што од своја страна ја покажува неговата тежина, бидејќи заедно со прехранбената индустрија имаат добро учество во вкупниот БДП на Република Македонија. Поконкретно, аграрниот сектор заедно со прехранбената индустрија учествува со 18% во вкупниот БДП на Македонија. Но, при анализата на местото и улогата на земјоделство во вкупниот економски развој на Република Македонија неопходно е да се има предвид поширокиот аспект, односно неговата поврзаност со другите дејности. Имено, посматрано од оваа перспектива, кога во него ќе се вклучат и оние гранки кои ги преработуваат земјоделските производи (вклучувајќи ги тука, прехранбената индустрија, дел од текстилната индустрија, индустријата на кожа и обувки, тутунската индустрија, индустријата за добиточна храна, како и дел од железната, хемиската индустрија, градежништвото, сообраќајот, туризмот, трговија и др.) тогаш може да дојде до сознание дека, земјоделството учествува со околу 40% во вкупниот приход на македонското стопанство.²⁹

Развивањето на агробизнисот му нуди големи можности на земјоделството за заземање на негово поголемо место односно учество во БДП на земјата. Во овој поглед, неопходно е местото и улогата на агробизнисот во Република Македонија да се сфати во поширока смисла. Имено, агробизнисот има значајна улога и во развивањето на агрокомплексот и другите гранки и општеството во целина.

²⁸ Ѓорѓевски, Ѓ; Данилоска, Н: Вовед во економика на земјоделството . Скопје 2008, стр. 53.

²⁹ Дорева, Е; Економика на аграрот – Економски факултет Скопје – стр. 141.

Фундаменталната улога на агробизнисот се гледа преку:

- одгледувањето домашни животни, производи од домашните животни, растенија и растителни производи, шумски и планински производи, обработка и преработка на земјоделските производи од каде произлегува значајната улога за создавање храна;
- неговата постојана поврзаност со земјоделството и со другите стопански гранки, каде што земјоделството служи како суровинска основа за повеќе индустриски гранки, вклучувајќи го тука производството на суровини за прехранбената индустрија во целина. Од индустријата, овде може да се спомне металната индустрија, која придонесува во механизација на работите во земјоделството и хемиската индустрија, која има широка употреба во земјоделството;
- Неговата значајност и за ангажирањето на работната сила во земјоделството. Во Република Македонија 40% од населението живее во руралните области што претставува показател за развој на агробизнисот и аграрниот сектор;
- Неговата голема важност за снабдувањето со агропродукти, нивно испорачување на внатрешниот пазар на земјата, извоз, како и за снабдувањето на регионалниот пазар, каде треба да се движи агропроизводството и храната, со исполнување на стандардите за квалитет со калорична вредност за извоз во земјите на Европската унија и трети земји, со што, исто така, се придонесува и за развојот на целокупна економија на Р. Македонија.

Според релевантните државни податоци, во Република Македонија во 2007 година имало вкупно 192.378 земјоделски стопанства и 471.069 лица ангажирани во земјоделски активности на индивидуални фарми, без оглед на бројот на работни часови и видот на земјоделските активности, што е еднакво на околу 50% од работната сила на Република Македонија³⁰. Во 2007 година, земјоделството

³⁰ Повеќе за ова види, Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство, www.mzsv.gov.mk

учествува со 9,4% од БДП на државата. Додека со неговата поврзаност со индустријата за преработка, ова процент се зголемува на околу 15%-16% од БДП. Исто така, овде треба да се нагласи и фактот што, земјоделството одигра клучна улога во социјалната и економската стабилност на земјата за време на периодот на реструктурирање на економијата, и покрај фактот што таа трајно се соочува со негативниот трговски биланс; нејзиниот удел во вкупната трговија е релативно висок и значаен; тој се движи од 11,5% до 14,4% од вкупниот увоз и од 14,2% до 17% од вкупниот извоз во текот на периодот 2004-2009 година.³¹ Местото и улогата на агробизнисот е значаен за земјоделството и за целокупната економија на земјата бидејќи преку оваа гранка имаме позитивни трендови во ангажирањето на населението во Република Македонија, каде што 40% од нејзината популација живее во тие области и каде што 19% од нејзината територија има добри природни услови за земјоделство. Со развивањето на агробизнисот, многу фактори покажаа дека тоа овозможува и вработување во аграрниот сектор кој е индикатор за стабилни придонеси. Освен тоа, улогата и местото на агробизнисот се значајни и за извозот на агропродуктите, па затоа треба да се движиме во насоката каде нашите агропродукти треба да поседуваат сертификати за квалитет и вредност, со што ќе се овозможи и извоз на нашите агропродукти надвор од земјата, преку кои исто така се придонесува за целокупната економија на Република Македонија.

1.2.4. Предности на агробизнисот

Свесни дека зголемувањето на наталитетот, како што нагласува *Малиџус*, може да предизвика проблеми во благосостојбата, луѓето користат различни техничко-технолошки методи не само за преработка на храната, туку и за зголемување на продуктивноста врз основа на биотехнологијата и генетскиот инженеринг. Но, дали ова претставува решение на проблемот со исхраната на светското население, т.е. дека нема да постои криза за храна? На ова прашање не

³¹ ИПАРД програма 2007 – 2013 Европски можности за Македонско земјоделство- инструмент за претпристапна помош на Европска унија за рурален развој за 2007-2013, Министерство за земјоделство шумарство и водостопанство.

може да се одговори беа претходно проучување на другите фактори, кои влијаат врз начинот на исхраната, како што е влијанието на различните култури кои постојат во светот, нивната адаптација со посебни видови храна, имајќи ги притоа предвид и некои забрани, кои ќе бидат образложени подетално во трудов.

Предноста на трговската дејност во агробизнисот не само што се зголемува туку добива растечка важност бидејќи храната е неопходна потреба. Со еден збор, за неа нема алтернатива. Производството, побарувачката и потрошувачката на храната се зголемуваа во текот на историјата, и аналогно може да се претпостави дека овој тренд на зголемување на потрошувачката на храната ќе продолжи како резултат на зголемувањето на населението. И покрај напредокот на техничко-технолошкото масовно производство на храна, сепак голем дел од светот се соочува со глад и недостаток на храна. Затоа можеме да кажеме дека владее состојба на криза за храна. Постојат голем број фактори кои доведуваат до криза за храна, како што се нискиот економски развој, климатските услови, ниските приходи, како и нееднаквата прераспределба на природните ресурси, порастот на цените на храната, како и преференциите на разните култури кон други начини на исхрана, како што се разните диети, органската храна, како и конвенционалната или генетски модифицираната храна.

Ако се земе предвид целата популација на светот како целина, тогаш јасно се гледа фактот дека, постоела и постои криза за храна, која во моментов растечки се влошува односно продлабочува во целиот свет. Светската банка процени дека во текот на периодот од 2005-2008 година, имало пораст на цените на храната до 83 проценти, што значи пораст на цените со голема динамика во однос на зголемувањата на приходите. Овој раст на цените делумно е резултат на зголемувањето на приходите, користењето на житото за производство на маслата (тука се мисли и на маслата што се користат во индустријата), нееластичната понуда, намалувањето на земјоделското земјиште, намалувањето на бројот на животните и некои шпекулативни инвестиции. Аналогно на ова е заклучокот дека основниот предизвик е како да се зголеми понудата на храна. Во овој поглед, Светската банка предвидува дека побарувачката за храна ќе се зголеми за 50

проценти до 2030 година, како резултат на порастот на населението. Во светло на ваквата предизвикувачка иднина се наоѓа потребата од масовни инвестиции во земјоделството на земјите во развој, или пак некој вид трансформација, што би биле во функција на соодветно справување со овој предизвик кој многу наликува на еден вид револуција³².

Постоењето кризи во светот може да се докаже и преку податоците за резервите на житото. Така на пример, лошите климатски услови во земјите, кои произведуваат жито, како што се САД, Украина и другите држави, ги намалија нивните резерви до најниското ниво. Во овој поглед, според проценките на Организацијата на обединетите нации (ООН), по 1974 година, САД доживеа голема суша во текот на 2012 година и располагаа само со мала резерва од 6,5% пченица, која треба да ја користат во текот на оваа (односно 2013) година. Цената на житните производи, како пченицата, е блиска до оние кои предизвикаа демонстрации во 25 држави. Според податоците од ФАО (Организацијата за земјоделство и храна), околу 850 милиони луѓе во светот гладуваат или имаат недостаток на храна, вклучувајќи ги тука Африка и Блискиот Исток. Имено, производството на жито во Африка во текот на 2011 година се зголеми само за 5,2 проценти, додека другите житни производи доживеаја пад, при што само производството на оризот имаше пораст. Показателите доаѓаат како предупредување на најпознатите светски амбиенталисти дека системот за снабдување со храна може да се урне во секое време, оставајќи повеќе милиони луѓе гладни и предизвикувајќи демонстрации од големи размери кои можат да доведат до соборување на владите.³³ Неодамна, вакво предупредување беше изразено и од страна на познатата американска телевизиска мрежа CNN, според која, 2013 година е година на видлива криза за храна, што е непредвидлива и истата е речиси започната. Според оваа агенција, *“кризата почнала да се чувствува во некој на остриите временски услови во некој на ова лето и околу 80% од САД поминува низ услови на суша. Русија и Австралија исто така*

³² Evans, Alex (2008), “Rising Food Prices: Drivers and Implications for Development”, New York University: Center on International Cooperation.

³³ Guardian (2012), “UN Global Food Crisis Warning”, Guardian, London, 14.10.2012, gjendet në faqen e internetit: <http://www.guardian.co.uk/global-development/2012/oct/14/un-global-food-crisis-warning>

доживеаја периоди на суша, која ги уништи главните посеви. Производството на жито се очекува да падне на најниско ниво и тоа од 1995 година. Само во текот на јули 2012 година цените на пченицата и житото се зголемија за 25 проценти додека на сојата за 17 проценти. Ова покажување ќе придонесе и за зголемување на цените на храната. За потрошувачите од земјите во развој овие цени предизвикуваат тешкотии но сепак тие се сè уште издржливи.³⁴ Но, несомнено е дека високите цени во поголема мера ќе ги погодат жителите на земјите во развој.

Сите претходно изложени факти јасно го потврдуваат главниот заклучок дека обезбедувањето храна претставува голем предизвик, иако техничко-технолошките напредувања во однос на производството на храна се големи. Најголемата несигурност произлегува од климатските услови и сушата на светско ниво, што ги опфаќа најголемите производители на храна во светот, како што се САД, Канада, Австралија, Русија, Украина и други, кои се најголемите извозници на жито и месо. Затоа во овој контекст неопходно е да се заклучи дека кризата за храна во светот веќе е присутна и дека таа се манифестира преку порастот на цените. Оваа состојба предизвикува и води кон борба за обезбедување храна, но таа исто така претставува и показател на фактот дека доколку добро и разумно се менаџира може да доведе до големи придобивки. Агробизнисот претставува еден од најдобрите сектори за зголемувањето на вработеноста во земјите со низок степен на вработени и со ниски приходи. Предноста на агробизнисот во однос на примарното производство се состои во фактот што тој може да биде активен во секое годишно време, како и да се постигне поголем век на трајност како што е на пример случајот со конзервираната храна.

Во функционирањето на агробизнисот се манифестираат повеќе предности, а поважните од нив заслужуваат посебно елаборирање на следниот начин: раст на производство во земјоделството, вработување, зголемување на капацитетите на прехранбената индустрија, снабдување на внатрешниот пазар, поголем извоз на земјоделски и прехранбени производи и др. Предноста на

³⁴ CNN (2012), "Food Price Crisis", CNN, Atlanta, 03.09. 2012, <http://edition.cnn.com/2012/09/03/opinion/frum-food-price-crisis>

агробизнисот се состои во фактот што тој, како задача има важен приоритет за една држава во снабдувањето со храна. Системот на агробизнисот не овозможува само развој на производството туку тој придонесува и во вкупниот развој на пазарот во една држава. На пример: тенденцијата за безбедност и употреба на хемиско ѓубре, свест и едукација, подобрување на семињата, хербициди, пестициди, механизација, расно подобрување на животните, ветеринарна служба, опрема за развој на сточарство и други, можат да придонесат за зголемување на земјоделското производство, кои исто така претставуваат предуслов за суштинските потреби на населението и за извозот. Агробизнисот е ефикасен за пазарење на земјоделските артикли кои се користат во поширок обем, односно кои можат да се собираат, обработуваат, спакуваат, транспортираат и потоа се продаваат на големо и мало. Предност на агробизнисот е и консумирањето на традиционалната храна. Тој го снабдува пазарот со свежи агропродукти, како што се, свежото млеко, преработеното млеко, многу врсти сирења, храна со посебни вредности, зеленчук, конзервиран зеленчук, овошје, суво овошје, свежо месо, преработено месо и др. Агробизнисот има два сектори кои овозможуваат раст на производството, а тоа се секторот на производство и преработувачкиот сектор и продажбата на производи. Секторот на производство во земјоделските претпријатија е централен дел на агробизнисот. Секторот на преработување и продажба ги вклучува сите фирми и индивидуални земјоделци, кои ги прават обработките на агропродуктите и нив ги дистрибуираат до потрошувачите. Активностите на овој сектор се многу важни вклучувајќи ги тука собирањето на агропродуктите, чувањето, стандардизацијата и квалитетот, преработката, продажбата на нус-производи и др. Агропроизводителите носат производи до потрошувачите во време, место и форма што тие го бараат.

Како приоритет за агробизнисот може да се проценат и буџетските структури на институциите, политиките за поддршка на земјоделството, што исто така претставуваат и основен столб на Заедничката земјоделска политика на ЕУ, која е финансирана од националните фондови преку програмите за финансиска поддршка на земјоделството и руралниот развој. Во 2010 година, мерките за финансиска поддршка на руралниот развој финансирани од буџетот на Република

Македонија реализирани се во износ од околу 80 % од планираните средства. Во овој поглед, најголемиот процент на искористеност е забележен кај мерката инвестиции во земјоделското стопанство за набавка на механизација за житни индустриски култури како и за овоштарството и градинарството. Интересот особено е насочен кон набавка на нови трактори заради обновување на механизацијата која е застарена поради недостигот на инвестиции во текот на последните 20 години³⁵. Предноста, што земјоделството ја добива од институционалната инфраструктура, се состои во тоа што тоа станува креативно и значајно за агробизнисот во Република Македонија. Освен ова, како предност во горенаведената смисла може да се наведе и посветеноста на економските планирања што ги прават владините политики за аграрот. Имено, ако се направи анализа на буџетот на Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство (МЗШВ) на Република Македонија, се гледа дека институционалната поддршка претставува голема предност за агробизнисот и тоа во форма на субвенции, фондови за земјоделство, донации за земјоделство, преку кој е структуриран буџетот на МЗШВ. Исто така и агрополитиките на Европска унија кои покажуваат голем интерес за развивањето на аграрот во Република Македонија и помошта од ЕУ, претставува предност за аграрната структура, на пример ИПАРД-фондови (ЕУ – инструмент за претпристапна помош за рурален развој 2007- 2013). Од ова може да се констатира големата предност за агробизнисот, кој има поддршка и се стимулира од многу насоки споредено со други економски активности. Овие инструменти и владини политики за аграрот овозможуваат обработување и искористување на што е можно повеќе земја во земјоделството, креирајќи притоа услови за користење на самото земјиште. Истовремено, предност претставува и финансирањето на одделни култури со субвенции, оданочувањето и осигурувањето.

Предноста на агробизнисот, исто така, се состои и во фактот што тој ги стимулира земјоделците да произведуваат што е можно поголемо производство бидејќи кога постои развиен агробизнис тогаш и самите производители имаат повеќе мотив и креативност за производство. За развој на земјоделството

³⁵ Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство, “Годишен земјоделски извештај 2010”. Скопје.

неопходно е постоење природни услови, како што се земјата и водата, а за реализација на самото земјоделство треба да постојат средства за производство и работна сила. Но, развиено земјоделство нема да има без факторите за развој бидејќи тие фактички претставуваат институционален приод кон добар и развиен аграр. Овие институционални фактори ги инволвираат релевантните институции на системот кои ги имплементираат мерките на аграрната политика, образованието и науката во областа на земјоделството, примената на научно-технолошкиот прогрес во земјоделството, земјоделските здруженија, инвестициите и кредити, донациите во земјоделството и слично.

Освен горенаведеното, предност на агробизнисот е и отворањето нови работни места. Имено, познато е дека голем процент од населението во Република Македонија е ангажирано во аграрниот сектор, што од своја страна јасно ја потврдува потребата од агробизнисот во општеството и потребата од идно инвестирање во стручен кадар, кој ќе влијае врз порастот на самиот агросектор кој има домино ефект на многу други економски активности. Денеска во земјоделството може да се инсталира и во автоматизација и роботизација на производството. Инсталирањето на таквите технички предности кажуваат многу за развојот во земјоделството, резултирајќи во раст на самото производство и обезбедување динамичен развој на агробизнисот. Во овој поглед, ние веќе сме сведоци за достигнувањето и напредокот во техниката и машинските средства во земјоделството од каде многу операции во примарното земјоделство веќе се механизирани, но каде што (од друга страна) човечкиот фактор сепак не може целосно да биде заменет 100%. Во отвореното производство, механизацијата донесе пораст на сировините и земјоделските производи, од каде прехранбената индустрија исто така со инсталација на техничко-технолошки решенија со роботизација стигнала до поквалитетни и стандардизирани земјоделски прехранбени производи кои ќе го снабдуваат домашниот пазар и ќе се извезуваат на надворешниот пазар.

Како што беше индицирано погоре, и субвенционирањето во земјоделството претставува одредена предност за агробизнисот. Во однос на

другите економски дејности на земјоделството во секое општество му е посветена внимателна и приоритетна политика. Посиромашните земји ги субвенционираат во земјоделството инпутите и тоа базните инпути, (минерални ѓубрива, семе, заштитни средства и др.), како и енергетски инпути кои се важни за развојот на земјоделството (како *на пример*, гориво, мазиво итн.). Со развој на земјоделството овие инпути постепено се намалуваат, а земјите во развој преку поддршка во земјоделството ги субвенционираат само есенцијалните инпути, на пример за повалитетно семе класифицирајќи ги притоа оние кои даваат повисок принос, и минерални ѓубрива, кои, на земјите богати со минерали, им овозможуваат повалитетно земјоделско производство. Република Македонија има јасна политика за поддршка на нејзиното земјоделство. Таа го прави тоа со субвенции како држава, која сега има пристап и до фондовите на ЕУ дизајнирани за модернизација на земјоделството и постигнување на потребните стандарди во поглед на производството на агропродукти.

Прехранбената индустрија секогаш е постабилна кога се снабдува со домашни сировини. Предност на агробизнисот е фактот што тој може целата прехранбена индустрија да ја снабдува со сировини. Друга негова предност е снабдувањето на внатрешниот пазар со храна и креирањето можности за извоз на агропродуктите. Предностите на агробизнисот се многу важни и неопходни за опстанок и раст на секоја индивидуална агрофирма, група фармери и средни претпријатија, кои се занимаваат со земјоделство и прехранбена индустрија. Во предностите на агробизнисот спаѓаат и климатските и географските фактори во Р. Македонија каде околу половина од нејзината територија припаѓа на земјоделско земјиште (1,26 милиони ха, од кои 560.000 ха или 44% е обработливо земјиште, а 704.000 ха или 56% се пасишта. Планините се обраснати со шуми, заземајќи 37% од земјата³⁶. Земјиштето, кое се користи за земјоделско производство се наоѓа во субмедитеранско, континентално-субмедитеранско и континентално подрачје со надморска височина од 50 до 900 метри над нивото на морето. Сезоните на лето и есен се суви и жешки, а зимите се снежни и со појави на ниски температури,

³⁶ ИПАРД програма 2007 – 2013 Европски можности за Македонско земјоделство- инструмент за претпристапна помош на европска унија за рурален развој за 2007-2013, Министерство за земјоделство шумарство и водостопанство стр. 11.

додека поројните врнежи се појавуваат во октомври и декември, а послаби врнежи на дожд од март до мај, а водите се јавуваат како лимитирачки фактор за земјоделските производи.

Во земјоделството предност е и здружувањето во земјоделскиот и прехранбениот сектор, кои, по природа се комерцијални организации на производители, задруги, стопански комори. Ова здружување во вакви структури го унапреди развојот на целокупното земјоделство, што ќе резултира позитивно кон процесот на исполнување на стандардите на ЕУ. Целта на здружувањето е да се постигне подобро планирање на производството, стабилизирање на предизвиците на пазарот, поголема конкурентност на производството, поголема ефикасност на фармерите во понудата и во вкупната продажба, поголемо внимание спрема ризиците, зголемување на профитот за сите членови во синџирот на производителите во земјоделството.

Задругите беа позната форма на организирање во здруженија на земјоделците кога нашата земја беше во состав во поранешната СФРЈ. Денеска, по осамостојувањето на Република Македонија, со изменување на релевантните закони, задругите се трансформираа во трговски друштва. Сега земјоделските здруженија се регистрираат согласно *Заколот за здруженија на граѓани и фондации* како невладини и непрофитни организации, кои немаат право да се занимаваат со трговија. Во Република Македонија досега има регистрирано околу 245 земјоделски здруженија со над 35.000 членови. Овие здруженија на индивидуалните фармери ги застапуваат нивните интереси за подобро организирање на фармата од производство до продажба на производите. (пакување, складирање, маркетинг, менаџмент и др.). Вакво здружение во Македонија, кое можеме да го спомнеме е *Федерацијата на фармери на Република Македонија* (ФФРМ). Ова здружение е основано во 2002 година и обединува околу 80 здруженија на земјоделци во Македонија. Истото е дисперзирано во 4 регионални центри со седиште во Гостивар, Кочани, Струмица и Битола. Здружението има и негово списание на македонски и албански јазик под наслов „*Моја Земја*“, како и негова веб-страница, каде можат да најдат најнови

релевантни информации³⁷. Истовремено, ова здружение има координативно тело, а еден негов член учествува во работата на Комисијата за земјоделство на ЕУ. Добрата анализа на работата на ова здружение покажува дека тоа претставува посебна предност за агробизнисот бидејќи нуди професионални и брзи информации за фармата и производството, како и за пошироките случувања во земјоделството.

1.2.5. Недостатоци на агробизнисот

Погоре, на еден многу општ начин беа спомнати неколку недостатоци во форма на опасности за секторот на агробизнисот. Во овој дел понудена е поширока дебата за недостатоците на агробизнисот. Имено, освен климатските и географските услови, значително влијание врз храната за луѓето имаат и навиките и различните култури на народите. Некои народи во различни географски региони се привикнати на неколку вида храна поради поголемите можности што им ги нуди природата. Но, истовремено има и правила, традиции, култура и религии со големо влијание врз консумирањето или забраната за одредени видови храна. На пример, јудаизмот и исламот како религии не практикуваат консумирање свинско месо и алкохол. Причината за оваа забрана изгледа дека е поврзана со историјата и климатските услови кои владеат на Блискиот Исток, регион од каде се проширени монотеистичките религии. Во пустините на Блискиот Исток има недостаток на вода, и бидејќи свинското месо има многу маснотии, ги тера луѓето на поголема жед. Се вели дека ова не било причината зошто е одлучено да не се консумира свинското месо од страна на евреите и муслиманите, туку затоа што свињите се "нечисти" животни (иако и многу други животни се "нечисти").

Кога се зборува за консумирањето алкохол, религиозните принципи во Стариот Завет на Библијата велат дека виното, кое е алкохолен пијалак може да се консумира, но не до степен на пијанство. Исламската света книга, Куранот,

³⁷ www.ffirm.org.mk

забранува консумирање алкохол и други производи, кои се сметаат за штетни за здравјето. Овде, треба да се нагласи дека некои религиозни правила за забрана или ограничување на консумирањето штетни производи за здравјето (на пример, алкохол и цигари) нашле практична примена на ограничување и во многу развиени земји кои се сметаат за секуларни или нерелигиозни, како што се Скандинавските земји, Велика Британија, Германија и многу други држави. Ова се потврдува и со високите цени на овие производи за дури неколку пати повисоки отколку во земјите во развој.

За разлика од Блискиот Исток, Европа, Америка и другите делови на светот исто така имаат некој вид ограничување во исхраната. Во Кина (земја со најголема популација во светот) е дозволено е консумирање секаков вид месо, почнувајќи од сите домашни миленици (кучешко месо, мачки, магарина), сите живи суштества кои живеат во земја, вода и воздух. Со еден збор, според кинеската традиција, храна за луѓето претставува секое суштество кое се движи на земјата, а не е човек или возило, секое суштество што лета, а не е авион или летало изградено од страна на човекот, и сето што се наоѓа во морето, а не е брод или подморница.

Не се само природните услови и присуството на неколку вида на храна, единствени фактори кои ја одредуваат потрошувачката. Имено, во овој поглед, значително влијание имаат и разните диети. Така на пример, постојат луѓе кои се вегетаријанци, односно лица кои јадат само храна од растително потекло и кои (аналогно) се воздржуваат од месни производи. Исто така, постои голем број луѓе, кои ги сретнуваме и меѓу Албанците, кои избегнуваат одредени видови храна што им предизвикува тешкотии (на пример, храна која им штети на желудникот), или влијанието на некои болести им забранува да користат одредена храна. Интеракцијата со други народи и посетите на различни земји, има значајно влијание врз увозот или адаптацијата кон различни видови храна кои претходно не биле присутни во нивните земји³⁸.

³⁸ Ова е предмет на поширока дебата во поднасловот што следи.

Кога луѓето од различни делови на светот доаѓаат во контакт едни со други или посетуваат други земји, тие, меѓу другото, дознаваат и за видовите храна и рецепти, што се користат во тие земји, и во многу случаи дури и стануваат зависни од таа храна. Англичаните беа навикнати да јадат индиска храна додека служеа како војници и колонизатори на Индија. По враќањето дома, во Британија се отворија многу индиски ресторани од страна на индиските емигранти. Ова е пример на извоз на начинот на готвење и рецептите од колонијата во земјата колонизатор.

Поразлично искуство ја има проследено Македонија и многу балкански земји за време на османлиското владеење, кои прилагодиле многу видови храна на турскиот начин на готвење. Денешните производи и нивните имиња, како што се буремот (пита), донерот (вид брза храна со леб и мелено месо), баклавата (слатко), турското кафе и рускиот чај, се со турско потекло и се среќаваат како храна која се консумира многу, посебно од страна на албанското население во Полошкиот регион³⁹. Во последно време се зголемува производството на овие видови храна за комерцијални потреби, не само во рестораните, туку и во продавниците кои се занимаваат со нивно директно производство и продажба.

Познато е дека со либерализација на пазарите се зголемува трговската размена на агропроизводи. Ова е и основа на процесот на трансформација на македонското земјоделство. Оваа трансформација дојде како резултат на појавата на проблеми за агропроизводи во внатрешниот и надворешниот пазар. Производството во земјоделството треба да ја зголеми неговата продуктивност и конкурентноста со исполнување на стандардите, кои ги покажуваат патеките за поквалитетни агропроизводи вклучувајќи тука и преку елиминирање на слабите употреби на инпути во земјоделство како што се семиња, ѓубрива и несоодветниот и слаб пристап за наводнување. Истовремено, овде не треба да се појават проблемите во врска со малите и поделени фарми, кои можат да бидат пречка за успешно производство во земјоделството, како и со агропреработувачкиот сектор

³⁹ *Рускиот чај* нема никаква поврзаност со Русите. Не е познато зошто овој чај се нарекува руски чај кога се знае дека е цејлонски чај или според земјата од каде најмногу се увезува. Името *чај* потекнува од Индија која е најголемиот извозник на *“рускиот чај”*.

со застарена и несоодветна опрема и лош маркетинг од каде што произлегуваат серија слабости при производство на безбедни агропродукти.

Република Македонија со своите природни ресурси и климатски услови ги има сите можности за подобар и развиен агробизнис. Обработливото земјиште во државата е над 600.000 хектари, чиј најголем дел е во приватна сопственост. Во моментот Република Македонија има голем број мали фармери и индивидуални земјоделци кои обработуваат голем дел земјоделско земјиште кое е парцелизирано во ситни парцели. Истовремено во Република Македонија не постои планско производство. Македонските фармери многу малку користат услуги од стручни и образовани лица на подрачјето на земјоделството. Ова треба да се стимулира со инсталирање на науката со цел таа да добие добра развојна димензија во агробизнисот во Република Македонија. Истовремено, земјоделците сè уште користат стара механизација, што е причина за нестандартно производство и повисоки цени на производите.

Освен горенаведеното, деловната клима, исто така, не е добра ако не постојат добри односи меѓу производителите, откупувачите и преработувачите на земјоделски производи. Недостатоците во агробизнисот се евидентни и тие треба да се локализираат, отстранат и евидентираат, третирајќи ги со внимание. Во групата позначајни недостатоци во агробизнисот спаѓаат: недостатоците во сферата на сопственост во агробизнисот, недостатокот на партнерство во агробизнисот, недостатоци на посебни олеснувања во агробизнисот, климатските фактори, кадровските фактори, нискиот и сиромашен животен стандард, недостаток на алтернативи и др.

Сопственикот е одговорен за сите законски тешкотии и за долговите што се врзани за бизнисот. Ако сопственикот земе кредит за определен бизнис, но не може да го врати, тогаш кредиторите можат да му го одземат неговото богатство стекнато со бизнисот, како и неговото лично богатство и др.

Недостатоците од посебни олеснувања во агробизнисот постојат тогаш

кога имаме многу давачки, на пример трошоци неопходни за организацијата на корпоративното работење, исплата за правна помош, исплата за посебни даноци, големата документација и административното работење, што (земени како целина) претставуваат недостаток, што треба да се менаџира со внимание, со цел да не предизвикаат проблеми во функционирањето.

Стручниот кадар е исто така многу важна компонента за функционирањето на бизнисот во аграрот, а најважно во овој поглед е да се добие кадар, кој има потенцијал и стручност за адаптирање на функционирањето на агробизнисот со новите трендови. Во средните земјоделски училишта има пад на бројот на учениците од 1.498 ученици 2006/2007 година на 1.139 ученици во 2009/2010 година⁴⁰. Во високото образование на подрачјето на земјоделството вклучени се неколку образовни институции, кои се во функција на подобрување на стандардите за студирање и наставните програми, а со цел постигнување на европските стандарди.

Нискиот животен стандард се манифестира со многу недостатоци што не одат во прилог на агробизнисот. Во овој контекст, треба да се нагласи дека физичката инфраструктура е елемент од посебно значење бидејќи без нејзина вклученост во развојот не може да се очекува раст на самиот аграр. Поконкретно, патиштата, канализацијата, нефункционални објекти за образование, снабдување со вода и за пиење и за аграрот, слабата електрична инсталација и др., се елементи што го тангираат агробизнисот. Овде, се разбира, може да се спомне и *миграцијата*, која исто така имаше негативен ефект. Имено, од перспектива на последново, денеска во руралните области на Република Македонија има многу стара популација, а младата генерација, која треба да ги инсталира новите трендови во земјоделството, е попречена од старите генерации кои не излегуваат од рамките на нивното традиционално знаење во земјоделството. Истовремено, невработеноста на населението во руралните области се појавува како посебен недостаток. Луѓето од овие подрачја немаат надеж за подобар живот и затоа овде понекогаш се појавуваат добри резултати кога приходите во една таква средина

⁴⁰ Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство, Годишен земјоделски извештај 2010, Скопје, www.mzsv.gov.mk

не доаѓаат само од земјоделството, дејствувајќи позитивно во развојот на самиот агробизнис. Во светло на последново, може да се констатира дека, аграрот треба да биде придружен со многу други економски активности, кои индиректно ќе го подобрат занимањето во земјоделство, а кои директно ќе донесат приходи во руралните и земјоделските региони. Индексот на сиромаштијата исто така е елемент кој не оди на прилог на агробизнисот.

Анализирањето на климатските промени е многу важно бидејќи последните климатски промени влијаат и во Македонија и тоа посебно врз земјоделството во сите сектори. Во овој поглед корисно е да се направи референца спрема студијата подржана од страна на Светска банка за климатските промени во Македонија⁴¹. Земјоделското производство е поврзано со климата бидејќи тоа е и најчувствително на климатските промени од сите сектори. Во земја, како што е Република Македонија, ризиците од климатските промени за земјоделскиот сектор се особено итен и важен проблем бидејќи егзистенцијата на мнозинството од населението во руралните подрачја, директно или индиректно зависи од аграрот. Населението на руралните зони, кое е од категоријата на сиромашни, ќе биде непропорционално погодено како резултат на неговата поголема зависност од земјоделството. Во претходно наведената студија, констатирани се следниве заклучоци:

- ❖ Како резултат на климатските промени, во Република Македонија ќе се зголеми температурата, а врнежите ќе станат попроменливи;
- ❖ Посевите во Република Македонија не се соодветно прилагодени на постојната клима; овој ефект понекогаш се нарекува „адаптационен дефицит“, кој е голем во Република Македонија;
- ❖ Директните ефекти на температурата и на врнежите од идните

⁴¹ Намалување на ранливоста на земјоделските системи во Р Македонија од климатските промени: прелиминарна оценка на влијанието и можности за адаптација – Светска банка, Одделение за одржлив развој Регион Европа и Централна Азија- Мај 2011.

климатски промени врз земјоделските култури се разновидни;

- ❖ Водните ресурси во некои делови на Република Македонија се обилни, но, до 2050 година, се прогнозираат недостатоци на вода во басените на реките Црна и Пчиња;
- ❖ Комбинираниот ефект на климатските промени врз приносот на земјоделските култури е значителен во областите каде се прогнозира недостаток на вода за наводнување, дополнително намалувајќи ги приносите до 50% во сливот на Црна Река;
- ❖ Директните влијанија на климатските промени врз сточарскиот сектор, особено врз говедата, кокошките, дури и овците, би можеле да бидат значителни;
- ❖ Прилагодувањето и градењето на капацитети на национално ниво има висок приоритет.
- ❖ На ниво на агроеколошките зони (АЕЗ) и на ниво на фарма, најприоритетните мерки за прилагодување опфаќаат и проширување на инфраструктурата за наводнување, особено во континенталните АЕЗ, оптимизирање на ефикасноста на користењето на водата на ниво на фарма во сите АЕЗ, обезбедување поотпорни сорти семиња за нивно ефективно култивирање за високи приноси во сите АЕЗ.⁴²

Општите наоди на студијата беа сублимирани во овие заклучоци кои се однесуваат на прилагодувањето на ризиците од промена на климатските фактори кои многу значат и за земјоделството и агробизнисот во Република Македонија.

⁴² Намалување на ранливоста на земјоделските системи во Р Македонија од климатските промени: прелиминарна оценка на влијанието и можности за адаптација – Светска банка, Одделение за одржлив развој Регион Европа и Централна Азија- Мај 2011.

1.2.5. Актуелни проблеми во развојот на агробизнисот

Свесни дека големиот растеж на населението, како што претпоставуваше Малтус, може да стане проблем за прехраната, луѓето имаат воведено технолошки методи не само во преработката на храната, но исто така и за зголемувањето на продуктивноста преку биотехнологијата и генетскиот инженеринг. Дали ова значи дека конечно се решава проблемот на храна во светот и дека нема да има криза со храна?

Генерален одговор на овие прашања не може да се даде без да се анализираат голем број други фактори, кои влијаат на начинот на исхраната, како што се влијанието на различните култури на народите, нивната адаптација кон одредени видови храна, вклучувајќи и некои забрани, кои се предмет на подетална анализа во следните наслови на оваа поглавје.

Главниот проблем во светот што се однесува до развојот на агробизнисот останува намалувањето на земјоделското земјиште, како резултат на огромната урбанизација. Иако ова беше очекувано, ненадејната суша која се појавува на неодредено време има значително влијание врз развојот на земјоделството. Ниските приноси и/или недостатокот на сировини, ја зголемуваат цената на храната, обработката на храната и воопшто на трошоците на оваа дејност. Трошоците во агробизнисот растат уште повеќе поради поскапувањето на горивата, индустриските масла и енергијата во целина. А најголемиот и главен проблем во пазарната економија се можеби маркетингот и продажбата на производи на домашниот и странскиот пазар. Не е доволен само капацитетот да се произведе храна, ниту пак способноста на агробизнисот во диктирање на потребите на потрошувачите. Се разбира, главната цел на бизнисот е добивката. Во оваа негова ориентација бизнисот се соочува со условите кои треба да ги исполни во корист на потрошувачот, услови кои се поставени од државата, за безбедна храна и конкуренцијата за подобар квалитет. Државата основува агенции, кои имаат за цел да вршат контрола на безбедноста на храната со цел да се избегнат негативните ефекти врз здравјето на населението. Има голем број

случаи кога се преземаат мерки над одредени видови храна заради превенција од болести кои може да се пренесуваат преку консумирање храна од животинско и растително потекло. Ваквите случаи се во пораст и нивното неутрализирање претставува сè поголем предизвик. Иако се познати од постарата историја, економската глобализација ја зголеми загриженоста од овие штетни ефекти не само во земјите каде што се појавуваат туку и пошироко. Од попознатите случаи од поголеми размери во крајот на XX и почетокот на XXI се:

* *Болестта лигавка (Bovine spongiform encephalopathy)*: Овој случај кај нас традиционално е познат како болест на лигавка и шап, болест од локален карактер, што значи дека нејзиниот ефект не се почувствувал пошироко поради сточарството кое главно беше организирано за потребите на семејната економија, а одделно и во општествениот сектор. Кога светската трговија со храна, во овој случај со месо порасна во интензитет, особено во големите економии, тогаш и другите земји кои увезуваат од нив се алармираат за опасноста. Во Обединетото Кралство, како најпогодена држава од крајот на 1984 до 2000 година, пцовисаа над 179. 000 крави и беа усмртени над 4,4 милиони други крави со цел превенција на болеста. Сето ова, Британското општество го чинеше над 5 милијарди фунти, средства потрошени во вид на заштита на потрошувачите, обесштетување на фармерите и секторот на агробизнисот во индустријата за преработка на месото.⁴³ Во 1996 година, ЕЗ, вовеле десетгодишна забрана за увоз на британскиот бифтек, која беше повлечена во 2006 година. Русија сè уште се плашеше од последиците од британското месо и не ја повлече забраната се до 2012 година.

* *Птичји грип*: оваа болест била позната и кај нас. Со развојот на живинарството, и увозот и извоз на пилешкото месо помеѓу државите, порасна и загриженоста околу нејзините големи негативни ефекти од кои може да се инфицираат луѓето и многу други специфични животински видови. Од 2004 година, птичјиот грип познат како и вирусот H5N1 почна да добива глобални размери. Овој грип се пренесува и кај луѓето. Иако случаите на инфекции од овој

⁴³ Brown, David (2000), The 'recipe for disaster' that killed 80 and left a £5bn bill, *the Telegraph*, се наоѓа во интернет страницата <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1371964/The-recipe-for-disaster-that-killed-80-and-left-a-5bn-bill.html>, посетена во март 2012.

грип на луѓето биле ретки, истражувањата во здравството доведоа до откривање вакцина, за која, авторите Рапуоли и Дормицер препорачуваат најпрвин да се употреби кај оние птици кои се позагрозени, а потоа и по континентите и целиот свет каде се мисли дека има можност за проширување на овој вирус, како мерка на превенција од неговите штетни ефекти.⁴⁴

* **Свински грип:** Оваа болест за прв пат се појави во месец април 2009 година и е позната под вирусна шифра *H1N1* која може да предизвика и треска, главоболка, повраќање, кашлица, зафаќање на носот, болки во грлото и мускулите. Таа има поврзаност со птичјиот грип и грипот кај човекот. Најосетливи кон овој грип се децата, бремените жени, лицата кои имаат проблеми со дишењето (astma), тие што боледуваат од дијабетес, хепатит, кардиоваскуларни болести, и лицата постари од 65 години. Некои мерки кои се препорачани од Светската здравствена организација против оваа епидемија се: а) ургентно прогресивно третирање на пациентите со лековите *olsetamivir* или *zanamivir*; б) контрола на инфекцијата пред вакцинирањето или одредување на дозата; в) собирање податоци околу појавените случаи и понатамошно медицинско истражување (бидејќи се работи за нова болест), и г) подготовка на прирачници за информации околу причинителите на свинскиот грип, начинот на неговото пренесување, неговите последици и видовите мерки, кои треба да се преземат за неговото превенирање и лекување.⁴⁵ Всушност, овој вид грип почна да создава голема паника и кај земјите каде што не беше појавен, дури и кај нас во Република Македонија. Додека се шпекулираше за неговата висока опасност, истовремено кружеа и наводи дека оваа епидемија може да се пренесе дури и при ракување на луѓето, со допирање на истиот предмет, како и слични конспиративни теории.

* **Ешериха коли 104:H4 ("E-COLI"):** "E-coli" го доби своето име од германскиот педијатар Теодор Ешерих кој го откри во 1885 година. Овде, во

⁴⁴ Rappuoli, Rino and Dormitzer, Philip R. (2012), "Influenza: Options to Improve Pandemic Preparation", *Science*, Vol. 336 no. 6088 pp. 1531-1533.

⁴⁵ World Health Organization (2010), WHO guidelines for pharmacological management of pandemic (H1N1) 2009 influenza and other influenza viruses, Part I, Geneva.

прашање е вид на растителна бактерија, во главно кај мешункастите, која го предизвикува труењето на храната. Во мај 2011 година, во Германија се појави синдромот на е-coli, од кој многу брзо се заразија неколку лица на кои им беше потребен итен медицински третман. Веднаш по Германија се зафатија и 11 други земји, вклучувајќи ги и регионите во Северна Америка.⁴⁶

* *Скандалот со коњско месо*: Секторот за производство на храна е индустрија која подлежи на строги правила и контроли. Бизнисите честопати избираат начини за да постигнат конкурентна предност на пазарот, избегнувајќи некои неопходни трошоци или прикривајќи ја вистинската содржина на производот кој им се нуди на потрошувачите. Од средината на 2013 година, во Европа избувна скандалот со коњското месо кој сè уште продолжува. Со скандалот се опфатени прехранбените производи кои се рекламираат дека содржат бифтек (телешко месо), но во реалност производот содржеше готово во целост коњско месо и друго недекларирано месо како што е свинското месо. Додека овој скандал продолжува и сè додека не се извршат научни истражувања околу него, освен секојдневните вести во медиумите, нема да продолжиме со понатамошен третман на оваа тема.

Освен овие проблеми, кои се од глобален карактер и кои се појавуваат во земјите во развој, вклучувајќи ги тука земјите кои сè уште се во транзиција, како што е Република Македонија, посебен проблем при реализирањето подобра економија и стабилен пазар претставуваат и малите и распространети земјишни парцели. Имено, овие парцели главно се распределени во форма на семејни имоти и имоти за семејни потреби. Оваа состојба е наследена уште од периодот на самоуправниот социјализам, каде што мнозинството од земјоделските имоти (до 90 проценти) беше во приватна сопственост или како што поинаку беше познат како *индивидуален сектор*, додека останатиот дел на земјиштето беше организирано во форма на кооперативи во *општествениот сектор*. Слабоста на овие мали парцели се состои во фактот што тие имаат повисоки трошоци, но со унапредувањето на техниката и имплементацијата на агротехнички мерки,

⁴⁶ Roy Hoerner (2011), Enterohemorrhagic Escherichia Coli (EHEC) outbreak in Germany, June, **09, 2011, Société Générale de Surveillance (Hamburg)**.

создадени се можности за пораст на продуктивноста и обезбедување на примарното производство и надвор од годишните сезони (на пример, преку култивирање во серии, употреба на лаборатории, и друго). Постоенето на индивидуалниот сектор претставуваше предност споредено со другите земји, кај кои социјалистичкиот модел беше поцентрализиран, каде во почетокот на 1990-те години беше потребно враќање на тие имоти на нивните поранешни сопственици.⁴⁷ Во Македонија овој проблем со имотите беше помалку истакнат, но она, што кај нас е сè уште проблем се однесува на понатамошниот развој на агробизнисот со овие имоти, кои биле во приватна сопственост.

Агробизнисот по економските реформи и усогласувањето на законите со директивите на ЕУ манифестира многу слабости и проблеми. Проблемите на функционирањето на агробизнисот можеме да ги класифицираме на неколку начини, но овде ќе ги презентираме само најважните проблеми, кои треба да ги проучиме и анализираме, со цел да можеме нив да ги отстраниме.

Парцелите во земјоделство не треба да се отцепат бидејќи во тој случај би се одело во насока на намалување на агросубјектите, резултирајќи во проблеми кај функционирањето на малите фарми кои би ја изгубиле смислата. Приносите ќе бидат намалени, а трошоците ќе растат.

Културите и семињата не треба да остарат исто како што треба а биде случај и со технологијата, која, доколку застари, ќе доведе до намалување на производството во земјоделството и непродуктивност на аграрната храна која ќе биде со лош квалитет.

Земјоделските задруги во минатото играа значајна улога во агросекторот бидејќи преку тие задруги имаше добра координација на услугите и институционална поддршка, која исто така се координираше преку нив. Оттука, самото нивно нефункционирање индицира компликации и проблеми во агробизнисот. Во Република Македонија во 1990 година имаше 321 земјоделска

⁴⁷ Повеќе околу приватизацијата во земјоделството, со посебен акцент за Македонија, види во поднасловот 1.3. на ова поглавје.

задруга, а денес нивниот број е околу 80 и истиот постојано опаѓа, при што, оние што постојат, се без јасна перспектива и начин на работење.⁴⁸

Здруженијата на фармерите, кооперативи, групи на производители во форма на нивно вертикално интегрирање не треба да функционираат слабо бидејќи тоа ќе има лоши последици, односно ќе доведе до губење на моќта за договори, презентации, купопродажба на репроматеријали и продажба на земјоделските производи. Со еден збор, кај сите овие елементи ќе се појави лоша слика во една неинтегрирана комуникација на земјоделските субјекти во земјава.

Исто така, проблематично може да се покаже и ниското ниво на образование. Имено, едукацијата и адаптацијата на агросекторот на новите трендови на развој исто така претставува проблем за агробизнисот. Земјоделството во Македонија односно законската рамка и законите поврзани со земјоделството треба да се хармонизираат со директивите и регулативите ЕУ, со што се овозможува нов квалитет на агросекторот во нашата земја, новини и други механизми, кои ќе го поттикнат развојот на агробизнисот, а со тоа и производството во нашата земја треба да ги исполнува стандардите и критериумите во врска со производството. Земјоделството и агробизнисот во Македонија треба да се развијат во правец на понатамошно стандардизација на агропродуктите. Нестандардизирањето на земјоделските производи е веќе голем проблем за здрава и калорична храна кој треба да го снабдува внатрешниот пазар. Стандардизацијата им овозможува на агропродуктите во агробизнисот тргување со земјоделски-прехранбени производи во големи количини и без присуство на производителите само со сертифицирани документи за да се снабдува внатрешниот пазар и да се овозможи извоз на агропродуктите. На пример, купувачот преку електронска комуникација може да порача определена количина од одредена класа на некој земјоделски или прехранбен продукт. Земјоделството без стандардизација е голем проблем за развојот на агробизнисот. Македонија е на пат за инсталирање најсовремени стандарди и за сега многу агропродукти на земјата се извезуваат во западните развиени земји.

⁴⁸ .Македонска академија на науките и уметност- Стратегија за развој на земјоделството во Р. Македонија до 2005 година- Скопје 2001- стр.59

За да имаме функционално земјоделство со европски стандарди, сигурно треба да имаме кадар кој треба да го едуцира земјоделскиот сектор и да се движи во насока која овозможува подобри услови во развојот и модернизација на аграрниот сектор.

Вертикалното организирање на производителите и фармерите бара тие да бидат организирани во еден интегриран модул бидејќи би било проблематично доколку имаме неорганизирано производство, кое нема да биде во согласност со понудата на клиентите, разлики и промени во цената на производството и на сировините, несертифицивани и небезбедни сировини, и др.

Климатските фактори исто така претставуваат проблем во агросекторот бидејќи природните непогоди, како што се сушата, пожарот, ветерот, поплавите и неефикасното водоснабдување секогаш го намалуваат земјоделскиот принос, кој се рефлектира со лоша ситуација во агробизнисот. Имено, овие појави секогаш влијаат врз квалитетот и квантитетот на земјоделските производи. Во Македонија климатските фактори во некои години имаат екстремно неповолно влијание врз производството во земјоделството резултирајќи во производи со лош квалитет и малку калории. Проблематично дејствуваат елементарните непогоди, како што се на пример сушата, мразот, ерозиите, поплавите, и др. Во Македонија, земјоделството и агробизнисот имаат потреба од наводнување и заштита на земјоделските производи.

Исто така, за агробизнисот е карактеристична и појавата на проблемите во врска со пазарот вклучувајќи ги тука неочекуваните падови на цените на земјоделските производи, промената на вкусот и перцепцијата на потрошувачите за земјоделските производи или промената во конкурентноста на пазарот. Во агробизнисот слабости се и услугите кои треба да го подржат пазарот во контекст на промените на цените и перцепцијата на потрошувачите. Производството во земјоделството и прехранбената индустрија секогаш треба да биде информирано, а информациите за потребите на пазарот се многу важни и значајни. Оваа слабост

треба да се елиминира. За оваа цел, овде е неопходно истражување, со цел да се соберат сите релевантни информации неопходни за дизајнирање на она што ни е потребно во овој поглед. Ненавремените советодавни услуги во земјоделството и руралните региони, каде што се остварува производството, секогаш ќе ја забават целта во агробизнисот, а земјата ќе заостанува во процесот на постигнување на потребните стандарди на производство. Незадоволна ситуација некогаш се појавува во фармите, кога недоволно се вложува во нивната инфраструктура, односно кога не се решава проблемот во врска со нивната технолошка инфраструктура и лошиот персонал кој донесува лоши одлуки. Ова го опфаќа и отсуството на политичка поддршка, што од своја страна создава песимизам и неперспективна иднина без иновации за понатамошна работа.

Во агробизнисот, застарената технологија во преработувачката индустрија резултира проблематично со слаба продуктивност, производство со големи трошоци и (најнепосакувано) некавалитетно производство кое не ги исполнува релевантните стандарди.

Постигнувањето на стандардите на ИСО и ХАССП претставува приоритет, и аналогно, секое производство што нив нема да ги исполни, ќе се движи бавно бидејќи ќе има проблеми за извоз на неговите земјоделски продукти, посматрано од перспектива на показателите за безбедна храна и квалитет.

Агробизнисот има и други проблеми кои имаат поинаква природа. Имено се работи за проблеми, кои се наоѓаат во внатрешноста на функционирањето од каде треба да се посвети внимание, на пример: менаџирањето со конфликти во агробизнисот, избегнување конфликти во агробизнисот, комуникацијата во агробизнисот и правните основи во агробизнисот, кои претставуваат пречки кои треба да се елиминираат се претендирање да се движиме кон правилното функционирање, што доведува до пораст на самиот агробизнис/

1.2.6.1 Менаџирање со конфликти

Како и кај секој трговски субјект, така и во агробизнисот, менаџирањето

претставува дејност на планирање, организација, раководење и контрола за постигнување одредени цели. Планирањето е процес на замисла и подготовка на планот за постигнување на целта, или еден вид предвидување на чекорите кои треба да се преземат во иднина. Во зависност од способноста за планирање и предвидување на разните текови и промени на пазарите зависи и успехот или неуспехот на бизнисот. Постојат неколку форми на предвидувања, почнувајќи од поедноставните, па сè до посложените. Основните фактори кои треба да се земат предвид при предвидување на дејноста на агробизнисот се: *а)* обезбедување на потребните информации и вредноста на нивните извори; *б)* процедурите на предвидувањето; *в)* советите за процедурите на предвидување; *г)* предвидувањата за тековите на идните пазари; и *д)* искористување на предвидувањата.⁴⁹

Податоците можат да се обезбедат од разни државни агенции, локалната власт, но тие често можат да се соберат и од самиот агробизнис за неговите сопствени потреби. Видовите податоци можат да бидат индиректни кога имаат за цел да ја констатираат состојбата во едно одредено време на одредено место или за разни зони, на пример, податоците за состојбата на секторот на агробизнисот во текот на 2012 година. Вториот вид податоци се временските серии, каде што од собирањето и обработката на тие податоци за неколку години во минатото, може да ги утврдиме идните развојни трендови.

Менаџирањето во агробизнисот кај нас се сретнува со проблемот на хармонизација на податоците од формалниот сектор со оние од неформалниот сектор. Вториот сектор не ги известува државните агенции, но деталите околу нивното влијание треба да се предвидат од страна на самите менаџери. Процедурите на предвидување преку екстраполацијата започнуваат со набљудување на ситуациите во минатото, со што се гради дијагноза за можностите на еволуцијата на агробизнисот во иднина. Но при ова експертите и менаџерите се сретнуваат со предизвикот на промени, кои можат да се случат надвор од нивните компетенции и над кои не можат да влијаат, но треба да ги земат предвид за да се приспособат кон околината. Приспособувањето и

⁴⁹ Musabelliu, Bahri M. (2009), Основите на Агробизнис, *Тирана*

корекциите се неопходни во случај на инфлацијата која влијае видно врз движењето на цените. Треба да се направи анализа како за индексот на цените на произведувачите, така и за продавачите и потрошувачите. Димензијата на популацијата претставува друг импонирачки фактор кој треба да се анализира при предвидување во агробизнисот. На крајот на краиштата, населението или потрошувачите се одлучувачкиот фактор бидејќи од нив зависи и продажбата на производите и услугите кои ќе ги нуди агробизнисот. Примањата и навиките на потрошувачите влијаат и на цените на производите. Цените се подлежни и на сезонските ефекти, но овие ефекти се повеќе потенцирани кај примарното земјоделско производство отколку кај самиот агробизнис. Пиперките и грозјето во Македонија може да чинат двојно или дури и повеќе во текот на зимската сезона отколку во текот на летото и есента кога е сезоната на нивното култивирање, но ајварот и виното имаат релативно константни цени во текот на целата година бидејќи имаат поголема трајност.

Во овој правец менаџерите се сретнуваат со проблемот на обезбедување на суровините за агробизнисот во текот на сезоната кои влијаат врз осцилациите на нивната цена. Ако менаџирањето во претпријатието не е во состојба да ги апсорбира и анализира сите овие фактори на предвидување, тогаш може да ангажира лица (врз основа на договор), кои имаат детални познавања за овие фактори.

Предвидувањето на идните движења на пазарите не само што е од критично значење туку истото е и многу тежок процес. Имено, тоа треба да го опфати и маркетиншкиот план со внимателна анализа на потрошувачите. Обработувачите можат да се соочат со тешкотии околу собирањето и складирањето на суровините. Од самиот пазар доаѓаат информации за движењето на цените. Конфликтите односно несогласувањата, често се појавуваат кога има несигурност при обезбедување на суровините, кога се прави предвремен договор помеѓу нив за подолг временски период, а во меѓувреме снабдувачите да не се во можност да ја добават побаруваната количина поради неочекуваните климатски прилики или пореметувањето на цените на пазарот. Предвидувањето во

агробизнисот не може да се смета за нешто сигурно, независно од деталните анализи на податоците. Динамиката на техничкиот и технолошкиот развој носи големи изненадувања. Како и да е, најдобра мерка на предвидувањето е последователната фаза, т.е. кога се прави споредба на постигнатите резултати со планираните.

Поаѓајќи од начелото дека менаџментот е поврзана дејност и претставува процес на четирите главни функции (планирање, организација, раководење и контрола), неговиот успех или неуспех е резултат на хронолошката примена на овие функции. Ако сме добри и доследни планери, не значи дека сме и успешни. За да имаме значајно и практично планирање, потребно е организирање на човечките и материјалните потенцијали. Организирањето во склоп на претпријатието ја подразбира групата која работи заеднички за постигнување една цел. Начинот на кој ќе се постигне целта преку организирање зависи од стилот на организирање. Според Адигес, организирањето како и производството, пазарот, дури и организирањето на општеството има циклус на организирање во фази, како што се, раѓањето, растењето, зрелоста и згаснувањето. Секоја фаза има и свој стил на организирање кој се вклопува најдобро во функционирањето. Во фаза на организирање на претпријатието, тоа може да е добро планирано, а да не е функционално. На таквото организирање му е потребна надворешна помош и искуство, исто како што на новороденчето му е потребно мајчино млеко и нејзините поуки. Ризикот и одговорностите на менаџерот во оваа фаза се мали во однос на понатамошните организациони фази. Нормално, организирањето е динамичен процес, што значи дека треба да се прилагоди на околностите и да се развива. Во фаза на растот, претпријатието како и детето кое расте е експонирано кон надворешните влијанија и е принудено да дејствува самостојно. Инаку, оваа фаза во менаџерската терминологија е позната како организирање “go-go” (продолжи-продолжи). Резултат на овој процес може да биде организирањето од типот “top-form” кога претпријатието ја достигнува зрелоста и се докажува со искуството во реализација на неговите цели. Кога се појавуваат “болести” во организирањето, “лечењето” или подобрувањето се потешки во фазата на растење

и на зрелоста.⁵⁰

Раководењето како функција на менаџментот е поврзано со организирање на групата луѓе во постигнување на планираните цели, но, во неговата потесна смисла тоа ги подразбира лицата, кои ги упатуваат другите лица, или со нивен авторитет даваат задачи за извршување. Раководењето често е проследено и со власт, влијание, реакција според создадените ситуации, интелигенција и харизма. Сите овие особини можат да бидат меѓусебно противречни и да не се совпаѓаат според нивните улоги. Имено, некој може да е на власт или во опозиција, но влијанието да го има некој сосема друг. Исто така се среќаваме и со менаџерскиот конфликт, кој се појавува помеѓу разни субјекти во самото претпријатие. Во претпријатијата кај кои функцијата на менаџирањето и сопственоста е поделена, менаџерите можат да дојдат во конфликт со сопственикот околу одлуките поврзани со развојот на претпријатието. Како и да е, оваа поделба помеѓу менаџерот и сопственикот околу нивната улога е попосакувана во претпријатието, бидејќи едниот располага со знаење, а другиот со капиталот, за разлика од малите претпријатија кај кои менаџерот е истовремено и сопственик на претпријатието. Раководството е одговорно за донесување одлуки и нивното имплементирање (значи планирањето и организирањето) како и за контролата. Видот на раководењето, кое ќе го има претпријатието, зависи од самиот начин на организирање, кој може да биде бирократски, централизиран, организиран во групи, резултатски ориентиран или импониран од околностите.

Контролата е заклучната функција на менаџментот преку која се врши вреднувањето на превземените активности за постигнување одредени цели. Ова е исто како кога, шоферот, кој планира патување со возило, го организира возилото со потребната опрема и потребните масла, го управува возилото, и откако ќе пристигне на целта, тој излегува од возилото со цел да провери дали има некоја издишана гума или некоја гребнатинка на возилото и дали има потреба од поправки. Така, и во претпријатието, контролата се врши на сличен начин, но овде од голема важност е таа да се извршува со крајна сериозност и со голем труд.

⁵⁰ Adises, Isak (1979[1994]), *Diagnoza stila upravljanje*, Novi Sad: IKA "Promotej", превод на Liljana Kovacevic.

Откако ќе постигне некоја од зацртаните цели, раководството на претпријатието треба да направи вреднување и да ги спореди постигнатите резултати со оние кои биле претходно планирани. Заклучно, контролата во претпријатието ги анализира и нуди одговори на следните прашања: Каде се наоѓаа и каде планираа да стигнат, каде се наоѓаат во дадениот момент, и колку се постигнати целите? Контролата во својство на последователна врска е од животно значење за развојот и унапредувањето на менаџментот на претпријатието, бидејќи таа нуди една слика и искуство за работите кои не тргнале како треба и ги изнаоѓа слабостите.

Конфликтите се природен дел и секојдневие во нашите животи, односно тие се составен дел на меѓучовечките односи, и аналогно на односите меѓу клучните поединци во фирма.

Во агробизнисот постојат добри, но и лоши и несакани ситуации, кои секогаш треба да се менаџираат. За да имаме успех во агробизнисот, како во другите претпријатија и во аграрните претпријатија организацијата треба да се базира на ланците на менаџментот вклучувајќи ги тука планирањето, контролата, имплементацијата и организацијата. Секако дека во оваа структура може да се појават конфликти и проблеми во спроведување на активностите на агробизнисот. Затоа, за планирањето треба да се направи стратегија преку која се креираат организирани структури и се поставуваат целите. Со контролата треба на стратешки начин да се менаџираат конфликтите, односно преку интуиција за решавање проблеми. Конфликтите во едно агропретпријатие можат да бидат во две насоки, при што едните се проблеми од институционална природа, а другите се внатрешни проблеми.

Од групата конфликти од институционална природа ќе ги анализираме оние што се појавуваат како резултат на процедурална неусогласеност. Така на пример, може да се јави проблем во врска со употребата на препарати за одбрана на зеленчук од инсекти, препарати кои не се дозволени со стандардите и регулативите на ЕУ, и истите не поседуваат сертификати. Оваа појава креира конфликт на агропретпријатието со владините институции. За оваа проблематика

треба да постои едукација во широк обем кај фармерите, имајќи ги предвид стандардите што треба да бидат исполнети за да може да се оствари извоз на нашите производи надвор од земјата односно во земјите членки на ЕУ. Тука исто така треба да бидат исполнети и процедурите ХАСАП и ИСО-стандардите, кои се добра форма на менаџирање со конфликти во едно агробизнис претпријатие. Секогаш кога стратешкиот менаџмент планира да отвори нова продуктната земјоделска линија се отвораат дилеми и прашања во врска со успехот и профитабилни дилеми, но пред сè, тие се услов за менаџирање на конфликтните ситуации. Во земјоделството постојат донации од институции и помошта на ЕУ за земјоделството, преку која се појавува прогрес во производството, но не треба да се дозволи појава на ситуации кои доведуваат до конфликти со механизмите кои помагаат во агробизнисот и земјоделството.

Институциите преку субвенции за земјоделство даваат средства и помош на агропретпријатијата, кои се неповратни и имаат услови за согледување на реалната слика во земјоделството.

Со *Законоџ за земјоделство и рурален развој*⁵¹ се уредуваат планирањето и развојот на земјоделството и руралниот развој, целите на националната земјоделска политика, планирањето, следењето и процесот на национална земјоделска политика, партнерство со социјални и економски партнери од областа на земјоделство, мерки за уредување и поддршка на земјоделски пазари, директни плаќања и рурален развој, државната помош во земјоделството и руралниот развој, формите на организирање и здружување во земјоделството и контрола на спроведување на мерките и надзорот над спроведувањето. Со овој закон се регулирани политиките за земјоделство и поддршката за агробизнисот, спроведување на законот од индивидуални земјоделци, мали агропретпријатија, фамилијарни агробизниси и средни корпорации, кои се доста значајни во избегнувањето на конфликти во агробизнисот. Менаџирањето со конфликтите во агробизнисот може да се избегне со спроведување на регулативите и законите за земјоделство во Република Македонија.

⁵¹ Објавен во “Службен весник на Р. Македонија” бр 49 од 12 април 2010 Скопје.

1.2.6.2 Избејнување конфликти

Секоја менаџерска дејност се сретнува со разни препреки од кои се раѓаат конфликти. Менаџирањето со конфликтите е создадено како посебна поддисциплина на менаџментот, чија цел е мирно решавање на конфликтите. Постојат неколку методи и модели на решавање конфликти во претпријатието. Стернберг и Добсон потенцираат дека конфликтите во менаџирањето не се толку штетни ако се отстранат или ако за нивното решавање се работи активно. Тие на ова гледаат како на процес на раст во креативноста на претпријатието и подигнување на способностите за соочување со конфликтни ситуации.⁵²

Конфликтите се случуваат од највисоките нивоа на раководството на фирмата, па сè до нејзиното оперативно ниво. Тие можат да бидат конфликти помеѓу двајца раководители, помеѓу менаџерот и работник, на една личност со група, на една група спроти некоја друга група, и слично. Личноста, без разлика дали се работи за раководител или работник, може да е склон кон максимизирање на неговите лични интереси во склоп на претпријатието, а притоа да користи законски начини и методи. Тој може да биде незадоволен од неговата позиција, да мисли дека не е доволно вреднуван или дека е дискриминиран. Тоа е негова загриженост. Овој конфликт се решава кога шефот на секторот за човекови ресурси или менаџерот ја разгледуваат жалбата и водат разговор со него во врска со прашањето дали неговата позиција и работа е инфериорна и неговото мислење дека заслужува повисока позиција. Или во спротивен контекст, кога работникот се стреми да добие повеќе отколку што реално заслужува, му се укажува дека на тој начин му штети на претпријатието и на останатите. Кога доаѓа до конфликт помеѓу двајца работници тогаш задача на менаџментот со човековите ресурси во претпријатието е да постигне нивно смирување.

Посложена е ситуацијата кога конфликтот се појавува помеѓу групите во

⁵² Sternberg, R. J., & Dobson, D. M. (1987). Resolving interpersonal conflicts: An analysis of stylistic consistency, *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 794-812.

врска со задачите и целите, што им се дадени од страна на раководството. Кооперативниот конфликт, како што е укажано и погоре, помага во развојот на организационата и менаџерската култура во претпријатието до таа мера што се создава еден вид конкуренција околу тоа кој ќе произлезе со подобри и покреативни планови и идеи за реализација на целите. Конфликтниот натпревар за подобри идеи и визии е посакуван. Но, улогата на менаџментот во решавање на овие конфликти треба да биде активна, бидејќи без разлика на тоа што имаме многу добри опции, ненавремената реакција или негрижата, при донесување одлуки, им наштетува на реализацијата на целите. Во претпријатијата од агробизнисот, менаџерските конфликти се од сферата на донесувањето одлуки околу тоа дали би требало да се ориентира кон примарното производство или кон индустријата за обработка на храната. Позитивната одлука кон втората ориентација се образложува со тоа дека индустријата за преработка носи поголеми трансакции, односно дека повеќе е поврзана со другите сектори, и има поголема додадена вредност, додека одлуката за првата ориентација ѝ се спротивставува на втората со тврдењето дека без да се обезбедат суровините, развојот на преработувачката индустрија ќе биде многу потежок, а со ова се зголемува и ризикот за неуспех на претпријатието на пазарот. Овој конфликт се решава со хармонизирање на целите на двете ориентации по направената cost-benefit (трошоци-придобивки)- анализа врз чија основа се констатира попрофитабилната дејност.

Менаџирањето со конфликтите во секторот на агробизнисот го сретнуваме и на ниво на национална економија. Речиси во секоја држава постојат жалби на здруженијата и групите кои влијаат врз ограничувањето на развојот на земјоделството и агробизнисот, без умисла, или со цел да се зачува околината и разноликоста во неа. Активистите за заштита на животните се против убивањето на овие животни, организациите за заштита на животната средина се против сечење на шумите во рамните терени и нивното трансформирање во земјоделско земјиште, агрономите се противат на користењето на земјоделските парцели за градба, итн. Менаџирањето со конфликтите во ваквите случаи е многу сложено. Решението се постига анализирајќи ги интересите на сите страни. Се подразбира

дека не може да се изнајде решение прифатливо за сите, но менаџерот треба да изнајде решение со кое општото добро ќе биде поголемо отколку штетите. Сличен е и конфликтот помеѓу државите околу секторот на земјоделството и во меѓународната трговија. Ова може да се реши дури и со законски регулативи кои ќе ги образложиме подетално во продолжение.

Функционирањето на едно агропретпријатие не може да се предвиди без конфликти, иако треба да се потрудиме и да менаџираме на таков начин што ќе ги избегнеме конфликтите во агробизнисот. За да ги избегнеме конфликтите во суштина треба да се познава и природата на проблемите кои создаваат конфликт во агробизнисот, причините што можат да доведат до конфликт. Така, на пример конфликтите постојат секогаш кога има различни гледишта од страна на двајца и повеќе работници во едно претпријатие, односно кога има лоша комуникација меѓу работниците, лоши односи на работниците, а понекогаш тоа се и самите разлики во годините на работниците и др. Избегнувањето и лоцирањето на овие лоши појави и ситуации треба секогаш да се постигне на начин преку кој нема да имаме негативна последица во агробизнисот и претпријатието, бидејќи преку овие појави се блокираат напорите за реализација на задачите. На прашањето како се однесува еден совршен менаџер може да се одговори дека, идеалниот менаџер е производител на резултати, одличен администратор, претприемач и интегратор. Тој или таа иницира акција, систематски интегрира човечки ресурси. Тој или таа делегира развој на организацијата на пазарот, производствените капацитети, финансии и човечки ресурси континуирано и систематски. постигнувања на нивните цели⁵³. Аналогно на ова, може лесно да се констатира дека во агробизнисот неопходно е да се биде во чекор со проблемите и конфликтите што можат да се јават и кои се различни од природата за да ги избегнеме навреме.

Сите можни критични ситуации и ризици што можат да се појават во агробизнисот фармерот треба да ги контролира и да ги стави во нормала. Овде треба да се потсети на фактот дека, дејноста во земјоделство е комплексна и постојат различни видови сопственост. За избегнување неповолни ситуации во

⁵³ Aridzes, Isak; Diagnostika stilova upravljanje, Beograd 1979, стр. 74

агробизнисот, многу е битно, фармерот, покрај општите знаења, да поседува и специфични знаења, кои ќе му помагаат во постигнувањето на целите, а проблемите кои постојат во производството, финансиите и пазарот, треба да ги реши побрзо. Во агробизнисот често се појавуваат ризици, кои се предизвикани од временски непогоди, стара и несоодветна технологија, нестандартно и неквалитетно производство, пазарни ризици и др., што треба да ги имаме предвид при планирање и во кратко време да се изнајдат најсоодветни решенија. Кај производството на земјоделски продукти временските ризици можат перманентно да се појавуваат бидејќи тие се под влијание на природните фактори. Затоа, во агробизнисот, во процесот на производство, фармерите тешко можат нив да ги издиференцираат и да ги предвидат. Агробизнисот треба да ги избегне конфликтите со добро менаџирање на сите услови бидејќи сега не е актуелна приказната кога се мислеше само “произведи и продавај”. Имено, оваа приказна сега е изменета со “произведи и најди клиенти“, што јасно ја индицира потребата од ефикасно менаџирање и отсуство на конфликти, а произведувањето во оваа конкуренција со стандардизирана и сигурна храна е потешко. Затоа треба да бидеме внимателни и да се развиеме на време со цел да се соочиме со предизвиците на една фарма.

За да се избегнат конфликтите на фармата треба да постои чиста цел бидејќи успехот во агробизнисот е врзан со одредувањето на целите, што (од своја страна) претставува предуслов за понатамошната работа. Со други зборови, нема да постои какво било недоразбирање или тешкотија при функционирањето доколку постојат утврдени реални и јасно дефинирани цели во агробизнисот, како што еден патник, кој патува до една дестинација и пристигнува до тоа место, така и целите на една фарма треба да доведат до пристигнување до саканите места. Во овој поглед, посебен придонес дава и планирањето на самиот бизнис, со кое треба да се определат целта и нејзиното остварување. Планирањето на овие цели секогаш зависи од самите мерки кои се предмет на самото планирање. Затоа, неопходна е точност и прецизност во овој поглед, што јасно ја индицира потребата од употреба на искуството на управителот и почитување на моменталните трендови. Со други зборови, планирањето претставува анализа на

проблемите и креирање можности и решенија за остварување на целите на самото земјоделско претпријатие.

Истовремено, конфликтите нема да се избегнат ако организацијата или фармата не функционира хармонизирано. Со други зборови, во една фарма треба да се гради една систематска целина бидејќи во неа постојат голем број активности кои треба да бидат поврзани. Така на пример, како што функционира организмот на човек со срце, мозок, нозе и слично, така и организирањето на бизнисот или агробизнисот треба да се состои од хармонизација и комбинација на управувањето со машините, работниците (т.е. секој кој дава придонес), управувањето со парите, на начин што овозможува сите овие елементи да работат како една единица. Агробизнисот треба да работи како систематска комбинација на различни но поврзани делови за постигнување дефиниран и ефективен начин во земјоделско претпријатие. Во претпријатието треба да има хармонични односи меѓу работниците и затоа менаџерот зазема главна позиција и има улога на оператор, кој ги става во движење сите потенцијали на фармата, искористувајќи ги до максимум човечките ресурси на фармата, машинските ресурси, земјиштето, парите и друго, со нивна јасна хармонизација во корист на повисока продуктивност.

Понекогаш конфликтите на една фарма доаѓаат и кога нема направено доволно истражување, односно кога не се знае што сакаат самите потрошувачи бидејќи тогаш не се знае точно што треба да се произведува. Истражувањето треба да се однесува на неколку фактори вклучувајќи ги тука културните фактори и социјалните или психолошки фактори. Агробизнисот треба да ги познава или да ги респектира овие фактори со цел тој соодветно да функционира. Поради ова, тие фактори треба да бидат транспарентно истражени за потребите на фармата, со цел да се утврдат и инсталираат неопходните новитети во производство со подобрување на квалитетот на производството и развој на нови производи и менување на вкусот и калориите на храна согласно актуелните потреби на потрошувачите.

Освен горенаведеното, за да нема конфликти во едно земјоделско претпријатие, финансиската конструкција, што ќе треба да ја подржи бизнисот треба да биде конкретна и јасна бидејќи без финансирање не може да се стигне до земјоделското земјиште, потребните машини за бизнисот и другите потребни материјали неопходни за производство. Агробизнисот треба да поседува програма за обезбедување потребните финансии, која ќе го стави во движење она што е планирано за реализација на производството во земјоделското претпријатие.

За да се избегнат проблемите, кои се од техничка природа, важно е да се одбере и локацијата, распоредот и големината на фармата или претпријатието. Имено, локацијата на објектот треба да исполни неколку барања, како на пример, таа не треба да има недостатоци во инфраструктура, односно таа треба да биде во состојба да нуди инпути, сировини, а, луѓето кои ќе работат на фармата не треба да патуваат многу до самата фарма, и друго. Отсуството на овие елементи може да донесе тешкотии и нефункционалност на земјоделското претпријатие и затоа, пред да почне бизнисот, менаџерот треба претходно да ги елиминира таквите потенцијални проблеми при изборот на неговата локација.

Друга причина за појава на конфликти и неуспех во земјоделското претпријатие може да биде и лошото управување или неефикасното менаџирање со бизнисот. Менаџерот не може да биде добар управувач во сите области на бизнисот односно и тој може да има слабости. Затоа битно е тој да ги употреби сите човечки ресурси во претпријатието бидејќи ефикасниот бизнисмен може да донесе правилни употреби на достапните ресурси заради постигнување на целите поставени во земјоделското претпријатие во процесот на производство.

1.2.6.3. Изработка соодветни управни основи за развој на агробизнисот

Во пазарната економија и во современиот свет, развојот на агробизнисот е индустрија регулирана од државата. По напуштањето на социјалистичкиот систем од страна на државите од Средна и Источна Европа, се создаде еден вид еуфорија дека во склоп на пазарната економија нештата функционираат слободно и без

какво било ограничување. По завршувањето на оваа еуфорија следеше разочарување проследено од падот на животниот стандард во текот на периодот по 1990-та година. Либерализацијата од класичен тип донесе негативни ефекти, особено во земјоделството и агробизнисот. Значително се намали интересот на младите да се занимаваат со земјоделство, а порасна нивниот стремеж за емигрирање по градовите со надеж и убедување дека таму ќе имаат големи можности за вработување. Кога другите сектори не беа во состојба да ја апсорбираат сета оваа работна сила, државите започнаа сериозно да се занимаваат со развојот на овој сектор креирајќи стратегии и носејќи закони. Една таква сеприфатна стратегија во Македонија беше изработена од страна на МАНУ и поддржана од Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство во 2001 година, за периодот до 2005 година.⁵⁴ Стратегијата продолжува да се адаптира и менува според приоритетите. Развојот на земјоделството се опфаќа и во склоп на општата стратегија за економски развој на Република Македонија.⁵⁵

Важноста на земјоделството како стратешки сектор се гледа според аграрните политики кои ги следат државите. Аграрната политика во себе опфаќа низа правила и економски, политички, социјални, технички, пазарни мерки, и мерки од поинаков карактер кои ги спроведува државата со цел - развој. Имено, аграрната политика е инструмент на секоја држава преку кој се влијае на многу димензии од развојот. Мерките кои ги превзема државата во склоп на аграрната политика, помеѓу останатото влијаат врз цените, кредитната и инвестиционата политика, меѓународната трговија со земјоделски култури и на храната (увоз-извоз), аграрната реформа и национализацијата.⁵⁶ Но, овде се поставува прашањето зошто се превземаат овие мерки? Одговорот на ова се состои во фактот што, од развојот на земјоделството и агробизнисот зависи и развојот на другите економски сектори. Имено, неговиот развој го поттикнува и развојот на индустријата. Современиот начин на производство на храна бара апликација на

⁵⁴ Македонска Академија на Науките и Уметностите (2001), *Стратегија за развој на земјоделството во Република Македонија до 2005 година*, Скопје.

⁵⁵ Европска Банка за Обнова и Развој (2010), *Стратегија за Република Македонија 2010-2013*, Скопје: EBOR. Повеќе детали околу стратегијата за развој на земјоделството се содржани во поглавјата кои следат.

⁵⁶ Дорева, Елена (2000), *Економика на аграрот*, Скопје: Економски Факултет.

новата технологија за зголемување на продуктивноста. Освен тоа, земјоделското производство зазема важно место во економијата на една држава и во акумулирањето на богатството, создавањето резерви на храна и зголемување на вработувањата.⁵⁷

Поради скандалите со неколку видови храна, што беа претходно илустрирани во рамките на ова поглавје, а со цел да се заштити здравјето на населението, секторот на агробизнисот претставува дејност регулирана со посебни закони. Улогата на државата во оваа смисла се состои во донесување закони преку кои се овозможува развојот. Тоа што треба да го направи агробизнисот на пазарот, е да конкурира со квалитет во склоп на правилата поставени од страна на државата или државите кога се работи за меѓународни правила. Правилата за производство на храна еволуираат во стандарди или услови кои треба да ги исполни одредена храна за да биде сигурна и здрава за консумирање. Најпознатиот светски стандард кој се употребува во производството на храна е познат како HACCP (Hazard analysis and critical control points – анализа на ризиците и критичните точки на контрола). HACCP потекнува од лабораториите на армијата на САД и е развиен во почетокот на 1960 година во својство на рецепт кој треба да ги исполни условите за храна за астронаутите на NASA-s (Американската вселенска агенција).⁵⁸ Денес, исполнувањето на овој стандард се бара во многу држави.

Развиени се и многу други стандарди за производство на храна, од кои последен е стандардот ISO 22000, кој е замислен да го замени стандардот HACCP. На развојот на ISO 22000 му претходеше стандардот ISO 9001:2008. Агробизнисите конкурираат за добивање сертификати за овие стандарди, со што расте и нивниот кредибилитет кај потрошувачите. Објаснивме и погоре дека, одамна во различни земји и култури се развиваат разни навики во подготовката и консумирањето на храната. Од ова произлегуваат и правилата во одредени стандарди. Во земјите, каде што значително влијание имаат правилата на исламот

⁵⁷ Ѓорѓевски, Ѓорѓи и Данилоска, Наташа (2008), *Вовед во економика на земјоделството*, Скопје, Економски факултет.

⁵⁸ Sperber, William H. and Stier, Richard F. (2010), “Happy 50th Birthday to HACCP: Retrospective and Perspective”, *Food Safety Magazine*, f. 44-66.

и јудаизмот, таму постои стандардот наречен “*hallal*” и “*kashrut*”. Халал потекнува од арапскиот јазик и значи “*дозволено*”, додека кашрут потекнува од хебрејскиот јазик и го има значењето на “нешто кое одговара”. Овие стандарди се разликуваат од HACCP и ISO. Во нив се бара не само критична анализа за безбедност, туку и многу повеќе за дозволеното месо за консумација со законите и кодовите од исламот и јудаизмот, без разлика дали може да е безбедна. Агробизнисите во државите каде што постои навика на користење некои локални видови храна, произведуваат вакви видови храна за извоз. На пример, во Данска се консумира многу свинското месо, но нивните агробизниси произведуваат и храна според стандардот за арапските држави (Hallal Food) од другите животни (телешко, овчо, пилешко, и др.). Така да, ако агробизнисот не изнајде голем број потрошувачи во земјата каде што функционира, истиот може да произведува и за извоз, независно од понудата и побарувачката за тој вид храна во земјата. Агенциите за контрола на храната функционираат во сите држави.

Земјоделството во Република Македонија се движи во добар правец бидејќи тоа ги содржи правните основи за неговиот развој, кои се хармонизирани со директивите на Европската унија. Соодветните правни основи за развојот на агробизнисот ги анализираме во два правци: првиот се однесува на правната инфраструктура на Република Македонија, врз чија основа функционира и се развива земјоделството, а другиот правец се однесува на внатрешните правни основи за развој на агробизнисот.

- Основната правна инфраструктура на Р. Македонија се реализира по реформите во аграрниот сектор, што ги опфаќа следниве закони: *Законоџ за вино, Законоџ за сточарство, Законоџ за земјоделство, Законоџ за шугун и шугунски производи*, како и други закони поврзани со земјоделството. Република Македонија ги прифати обврските за усогласување на своето законодавство со *acquis comunitaire* на ЕУ и тоа во следниве три правци: преземање на сите законски документи во врска со земјоделскиот и прехранбениот сектор: мониторинг на институционалните реформи преку законски решенија, и донесување на Законот за земјоделство кој претставува најрелевантен домашен

правен документ во подрачјето на агросекторот.

Во Законот за вршење земјоделска дејност се укажуваат сите правни димензии на земјоделството, кои се од примарно значење за развојот на агробизнисот. Понатаму, согласно на овој Закон, целите на земјоделската политика и политиката на руралниот развој се состојат во:

- обезбедување стабилно производство на квалитетна и поевтина храна и обезбедување на населението со доволни количини храна;
- зголемување конкурентноста и способноста на земјоделството;
- обезбедување стабилно ниво на доходот на земјоделското стопанство;
- одржлив развој на руралните подрачја, и
- оптимално искористување на природните ресурси и почитување на начелата за заштита на природата и животната средина.⁵⁹

Со донесувањето на овој Закон лесно може да се констатира големата важност што му се придава на земјоделството, особено со неговите одредби за основање на релевантните институции во овој сектор, како што е Агенцијата за финансиска поддршка на земјоделството и руралниот развој (во *јонаџамоиниот текст* означена како “АФПЗРР”). Целта на функционирањето на оваа Агенција, како посебен механизам, се состои во извршување на мерките за директните плаќања во земјоделство, интервенции на пазарот на земјоделски производи, имплементација на производните квоти, извршување на мерките за рурален развој, реализација на средствата од претпристапната помош во земјоделството и вршење други работи утврдени со закон.⁶⁰ Со овие два горе-прикажани закони се констатира дека Република Македонија има добра правна поддршка во земјоделството од каде произлегува и поддршката за развој на агробизнисот.

⁵⁹ Закон за земјоделство и рурален развој Сл. Весник на Р. Македонија бр.134 од 06.11.2007 година.

⁶⁰ Закон за основање на Агенција за финасиска поддршка во земјоделството и рурален развој, објавен во Сл. Весник на РМ, бр.72/07.

Другиот правец се однесува на внатрешното организирање на еден агробизнис како претпријатие кое треба да функционира според законите, со успешно и добро сметководство, планирање и стратегија за развој на агробизнисот. Разбирањето и развојот на правната основа за развој на агробизнисот не може да се замисли беа внатрешно следење и организација на бизнисот. Сметководството е исто така многу важен дел за успешна контрола на секоја форма на агробизнис. Посматрано од перспектива на последново, во текот на овој процес приоритетни се контролата над билансите и контролата над ситуацијата која е последица од профитот и загубите во агробизнисот. Фирмата, која е добро насочена во агробизнисот треба да поседува голем обем на детална документација во врска со нејзината работа, бидејќи во спротивно таа ќе се соочи со тешкотии во нејзиното функционирање.

1.2.6.4. Комуникацијата во агробизнисот

Комуникацијата како дејност има широко значење во зависност од гледиштето или сферата на анализа. Кога е во прашање земјоделството и агробизнисот, комуникацијата не се состои само во некој едноставен начин на сообраќај или транспорт, иако во оваа смисла таа е иста како што е кај другите видови на комуникација (директни разговори, телефонски разговори, деловни контакти, интернет). Во овој дел, под комуникацијата подразбираме проток на информации и појави во земјоделството и агробизнисот. Временската прогноза е еден од битните извори на комуникација, во зависност од временскиот период бидејќи таа игра важна улога во донесувањето на одлуките. Во текот на сезоната на жнеење на пченицата, временската прогноза, која укажува дека после една недела ќе преовладуваат два три дена со врнежи од дожд, ги тера земјоделците да жнеат пред да започнат врнежите. Или кога се очекува посевите да бидат погодени од град, тогаш се подготвуваат топовските батерии за протерување на градоносните облаци.

Малите држави, како што е Македонија, кои не се експонирани кон

глобалните влијанија на светската економија, можеби нема да ги почувствуваат ефектите веднаш, но доволно е да се убедат земјоделците и агробизнисот дека се очекуваат потешки години како последица од случувањата во другите земји од светот. Ваквата комуникација ги прави земјоделците попосветени на својата работа и ги поттикнува да се ориентираат кон производство на храна бидејќи храната е неопходна потреба. На овој начин комуницирањето влијае како психолошки стимуланс.

Скандалите и труењето со храна, исто така претставуваат комуникација со директна тежина во агробизнисот. Имено, кога една држава е опфатена од некоја епидемија на животните, другите земји веднаш поставуваат блокади врз увозот од таа земја. Со ова директно се наштетува на агробизнисите кои се извозно ориентирани, независно дали се сертифицирани со стандардот HACCP, ISO или Халал. Во други случаи, на пример, труење на клиент во ресторан или друга дејност, или уште полошо ако потрошувачот умре, последиците можат да бидат големи. Со овој начин на комуникација, другите агробизниси може да ја искористат ситуацијата за нудење безбедна храна и да создадат предност во однос на конкурентите односно да стекнат доверба кај потрошувачите.

Фирмите кои се занимаваат со активности поврзани со агробизнисот, треба да поседуваат и засноваат успешна програма за комуникација. Фирмите кои се поврзани со земјоделски производи треба да имаат успешен менаџер на фирмата, кој треба да создаде екипа и програма за менаџирање кои се во директен однос со програмата за комуникација. Оваа програма треба да придонесе во правилниот и успешниот развој на бизнисот. Тука се подразбира и засновањето квалитет на услугите кон клиентите и потрошувачите. Комуникацијата во агробизнисот треба добро да се планира и во себе да содржи насоки кои позитивно ќе влијаат врз постојаните односи помеѓу фирмите, а тоа се огледува и во комуникацијата помеѓу клиентите и фирмата, вработените во фирмата и нивните соодноси, како и различни агенции, со кои соработува фирмата во агробизнисот. Системот на комуникација претставува основен дел на секој бизнис бидејќи преку комуникација се врши најбитниот дел, а тоа е создавање систем преку кој се

овозможува добивање на сите битни информации потребни за правилно и успешно функционирање на бизнисот. Преку овие информации, кои треба да им бидат достапни на сите менаџери на секое ниво на менаџирање, а тука се подразбираат и сите вработени во фирмата и нивната непосредна и директна комуникација со сопствениците, се создава правилна соработка внатре во самата фирма, а со тоа правилна и соодветна функција. Менаџерите во фирмите треба да засноваат систем на менаџирање односно систем преку кој треба да се обезбеди соодветен буџет и соодветна професионална екипа, со чија помош сите понатамошни случувања и предизвици во бизнисот ќе бидат навреме и успешно отстранети.

Програмата за комуникација во агробизнисот треба да функционира во континуитет, а не само кога во одредени моменти се појавуваат тешкотии и проблеми, бидејќи тогаш (во тие моменти) комуникацијата ги губи сите нејзини битни елементи и функции, кои што претходно можеле да резултираат со позитивни ефекти, односно пред настанувањето на кризата во фирмата. Комуникацијата, која што е битна во агробизнисот има позитивни резултати само тогаш кога постојат позитивни резултати и раст во производството на земјоделски производи. Со ова се подразбира и воведувањето на стандардите за квалитет на производите, придржување до потребите на клиентите, како и овозможување подобри или слични услуги со тие производи кои што се веќе достапни на пазарот. Фирмите кои што се занимаваат со агробизнис се сметаат за помали фирми, фамилијарни или како индивидуален земјоделец. Но, и во овие случаи постои основното правило во агробизнисот, кое се однесува на соодветната непосредна комуникација помеѓу клиентите и производителите. Овде важна е ситуацијата кога постои раст на обемот на производството и зголемување на самата фирма бидејќи тогаш се соочуваме со недостиг и тешкотии во самата комуникација, која што е предизвикана од случувањата и новитетите во фирмата, како што се, на пример: раст на производство во одредени насоки, прераспределба на производство во различни и далечни територии, пораст на обемот на производство, како и различните барања на потрошувачите и др.

Задругите исто така преставуваат еден вид организација на фармите, преку кои се овозможува комуникација во агробизнисот. Кај задругите треба да се обезбедат поголеми трошоци во врска со стручната подготовка на менаџерите. Управителите на овие задруги треба да бидат избрани од страна на членството на земјоделските задруги, а младите управители на задругите треба секогаш да бидат соодветно информирани и да стекнат искуство во работењето со цел да можат успешно да ги менаџираат земјоделските задруги, а со тоа да ги постигнат и посакуваните цели. Задругите треба секогаш да воспоставуваат комуникација со своите клиенти и потрошувачи, а со ова се овозможува и анализирање на нивните барања и можноста за остварување нови насоки во производството на одредени земјоделски производи. Задругите во голема мера играат значајна улога во системот на информирање и методите на функционирање на агробизнисот, а со тоа и во порастот на производството на земјоделски производи.

Посебна улога и значаен придонес за развој на комуникацијата во агробизнисот има и информативниот систем во земјоделството. Денешното време се нарекува време на информатика и технологија која има силен одраз врз начинот на работење на претпријатието. Сега со компјутерската техника имаме можност за собирање, пренос, обработка, чување и управување на информациите во земјоделството. Министерството за земјоделство шумарство и водостопанство во 2008 година формира *Земјоделски пазарен информативен центар* (ЗПИЦ) кој функционира во рамките на Секторот за анализа на земјоделската политика, каде се создадени основите и предусловите за функционирање на Земјоделскиот пазарен информативен центар (ЗПИЦ). Со овој механизам континуирано се следат информации и прегледот на земјоделското производство преку движење на цените на пазарите на храна како и собирање и обработка на информациите за пазарите. Оваа информативна институција влијае врз зајакнувањето на земјоделството внатре во земјава, но таа придонесува и за надворешниот пазар, зајакнувајќи ги позициите за извоз на земјоделските производи. Со ЗПИЦ се обезбедени податоци во форма на пазарни извештаи, кои се неделни и месечни извештаи, и кои во себе собираат, чуваат и обработуваат пазарни податоци кои се многу важни за земјоделството и агроиндустријата. Земјоделскиот пазарен

информативен центар – ЗПИЦ, е пристапен за секој заинтересиран и истиот нуди информации во секој момент на веб порталот на Министерство за земјоделство.⁶¹

Современиот начин на земјоделско производство подразбира и управување со земјоделските капацитети и земјоделските имоти, користејќи компјутерско поврзување на сите релевантни институции (земјоделски претпријатија, стручни служби, државни органи, научно-истражувачки установи, лаборатории, берзи и др.), со цел да се користат потребните податоци (инпути) во интерес на зголемувањето на производството и неговиот пласман.⁶² Во агробизнисот земјоделците и фирмите имаат потреба за нивно информирање со најнови информации за изворите на финансирањето, законските одредби што се важни за земјоделството, државните политики за аграрот и слично. Лесно е да се констатира дека, со инсталирање на информативниот систем можат да се добијат информации од прва рака, кои значат многу за развојот на агробизнисот.

1.3 Влијанието на приватизацијата и развојот на агробизнисот

За разлика од развиените капиталистички држави во кои што земјоделството беше и сè уште е во приватна сопственост, во социјализмот тоа беше централизирано и сè до 1990 година беше во општествена сопственост. Во Република Македонија, како составен дел на поранешната југословенска федерација, земјоделството претставуваше сектор, кој беше поделен помеѓу општествената и приватната сопственост. Околу 80 проценти од земјоделското земјиште во поранешна Југославија беше во приватна сопственост. На приватните земјоделци им беше дозволено да стопанисуваат со до десет хектари земја, односно до 30 хектари во 1980 година, вклучувајќи ги ридско-планинските терени.⁶³ Таквото земјоделство во поранешната југословенска социјалистичка

⁶¹ www.mzsv.gov.mk

⁶² Д-р Елена Дорева- Економика на аграрот-Скопје 2000- стр. 120

⁶³ Uvalic, Milica (1992), "The privatization process in Yugoslavia", in J. Poschl, R. Sohns and A. Stadler (eds), *Privatization in Eastern Europe*, Vienna: Friedrich Ebert Stiftung & K. Renner Institute, Vienna, pp. 184-193.

терминологија беше познато како индивидуално земјоделство, кое не само според називот, туку и според неговата улога беше повеќе ориентирано за исполнување на семејните економски потреби. Друга посебност на самоуправниот социјализам во земјоделството беше правото на приватните земјоделци да ги продаваат своите производи на пазарот. Индивидуалниот сектор во споредба со општествениот сектор беше позаостанат бидејќи општествениот сектор се субвенционираше од страна на државата, додека агробизнисот во целина се наоѓаше во општествениот сектор, кој не беше државен.

Кога започна приватизацијата на претпријатијата, требаше да се приватизира и делот на земјоделството и агробизнисот кој беше останат во општествениот сектор. Земјите од Централна и Источна Европа како главен модел на приватизацијата ја применија реституцијата или враќањето на имотите на поранешните сопственици, на кои им беа конфискувани веднаш после Втората светска војна. Претпријатијата во преработувачката индустрија беа приватизирани според неколку модели, од кои во почетокот доминантен беше моделот на издавање на интерни акции на вработените на претпријатието со попуст и по поволни услови. И во Република Македонија претпријатијата за преработка на храна се приватизираа според овој модел, кој потекнуваше од Законот за поседување и проток на општествениот капитал⁶⁴, што инаку беше познат како “законот на Маркович” - именуван според тогашниот последен премиер на поранешна СФРЈ, Анте Маркович.

По осамостојувањето од поранешна Југославија во 1993 година, Република Македонија го донесе *Заколот за трансформација на претпријатијата со општествен капитал*.⁶⁵ Со овој закон, 600 претпријатија се приватизираа и трансформираа во акционерски друштва со ограничена одговорност.

Приватизацијата на земјоделските земјишта во државите со централизиран социјализам имаше за цел да поттикне што поголем дел од населението да работи за себе и на пазарот, и да го намалат таканаречениот недостиг од земјоделски

⁶⁴ Објавен во “Службен весник на СФРЈ” бр. 46/90

⁶⁵ Објавен во “Службен Весник на Република Македонија”, бр. 19/1996.

производи. Во почетокот на транзицијата беше многу тешко. Недостигот на одредени прехранбени артикли стана поголем и домашните пазари се преполнија со увезени производи, со цел да елиминира овој недостиг. Ефектот на приватизацијата во земјоделството почна да се чувствува дури после готово една деценија. По приватизацијата, голем број од земјоделските и агробизнис претпријатија ја преиначија нивната дејноста. Еден дел се затвори или стана нефункционален, а останатиот дел продолжи со реорганизација и консолидација во периодот на нивната трансформација.⁶⁶

Приватизацијата во земјоделството и агробизнисот воопшто влијаеше врз краткорочниот пад на вработувањето во сите поранешни социјалистички држави. Но, дали ова значи дека приватизацијата била непотребна? Одговорот е потврден: приватизацијата била и е потребна. Времето кога таа се реализираше беше време на голема општествена, политичка, економска и социјална реорганизација. Неспроведувањето на приватизацијата можело да има и поштетни ефекти и затоа било потребно тоа да се направи навремено бидејќи нејзиното пролонгирање акумулираше уште повеќе загуби. Инаку, со приватизацијата почетно се назначувал носителот на имотот, а приватните претприемачи биле психолошки стимулирани за работа и избор според нивна одлука. Затоа, приватизацијата треба да се анализира како *процес*, што значи дека треба да помине низ неколку фази сè додека не се постигне позадоволителен ефект во бизнисот.

Во контекст на горенаведеното, посебно треба да се нагласи важноста на “Законот за трансформација на претпријатијата и задругите со општествен капитал”, што се однесувал и на земјоделското земјиште, а, кој беше донесен во 1996 година. Фактички, токму со овој Закон започна и приватизацијата на најголемиот дел од стопанските субјекти што раководеле со земјоделскиот општествен капитал во Република Македонија. Бројот на земјоделските стопански субјекти во 1996 година изнесуваше 350 претпријатија, а, речиси сите овие стопански субјекти беа трансформирани согласно овој Закон. “До 30 јуни 2003 година, вкупно 428 земјоделски претпријатија со 20.478 вработени беа

⁶⁶ Matoshi, Ruzhdi (2010), *Modelet e privatizimit të pronës shoqërore në bujqësi, me theks të vecantë në rajonin e Pollogut*, магистерски труд, Приштина, Универзитет во Приштина, Економски Факултет.

приватизирани, додека 15 претпријатија со 1.160 вработени се во процес на приватизација. Вкупната вредност на приватизираниите претпријатија изнесува 201 милиони евра, додека вредноста на сè уште нетрансформираниите претпријатијата е проценета на 10,2 милион евра. Процесот на приватизација требаше да се комплетира до крајот на 2003 година.”⁶⁷

Процесот на приватизација, кој во суштина претставува трансформација на агрокомплексот во Македонија, требаше на брз начин да им даде можност на новите трендови во аграрот и затоа сите комплексни теми, кои во себе вклучуваа земјоделско земјиште што беше раководено од државни претпријатија, земјоделски задруги кои раководеле со земјоделски објекти и земјишта, државни фарми, и др. на брз и законски начин да им се даде решение, и од општествен капитал да се трансформираат и да се приватизираат за да му одговараат на новиот политички и економски систем. Во процесот на приватизација на земјоделските претпријатија имаше пад на земјоделските производи, но овој процес не беше само во земјоделскиот сектор туку тука беа инволвирани и другите економски дејства во трансформацијата. Затоа, со импликациите настанати со процесот на приватизација беа засегнати сите гранки на економијата вклучувајќи ги тука сите кои што беа врзани со земјоделство особено оние кои влијаат директно врз него, како на пример, економските дејства на снабдување со сировини од земјоделството како угостителството, трговијата, туризмот, и целокупната прехранбена индустрија и др. , како и оние гранки на економијата, кои го снабдуваат земјоделството со нивни инпути, како што се металната индустрија, хемиската индустрија и др. Затоа, влијанието на приватизацијата врз развојот на агробизнисот во Македонија е реален и овој процес мораше да се заврши што побрзо, со цел да се инсталираат новитетите и стандардите потребни за обезбедување развој на сите сектори на земјоделството. Во Р Македонија, по нејзината самостојност, требаше да се создадат институционални услови за развој на земјоделството, со цел да се конструира нова политика за развој на аграрниот сектор заради стабилизирање на пазарните цени и полесно функционирање на земјоделството и прехранбената индустрија. Според студиите на д-р

⁶⁷ Извадок од Годишниот земјоделски извештај- 2003 година, Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство.

Мурарцалиев, политиката на развојот на земјоделство во Македонија треба да се темели врз:

1. Зголемување на економската ефикасност на земјоделство преку напуштање на административното регулирање и мешање на државата во деловната економија и прилагодување кон изострените критериуми на светскиот пазар на земјоделски производи;
2. Воведување специјализација на стоковното производство со производи, кои ќе бидат афирмирани и конкурентно способни на светскиот пазар и на тој начин вклучување во меѓународната трговија, деловната соработка и интеграционите процеси;
3. Концепцијата на долгорочниот развој на земјоделското производство, која се засновува врз пазарната и економската ефикасност во користењето на расположливите природни ресурси и фактори на производство и на производствената структура и обем, кои гарантираат рационално задоволување со земјоделски производи, респект кон интеграцијата во преработувачката индустрија и извозот;
4. Воведување современи научно-технолошки решенија, знаење, информатички средства и стручни служби на село, и
5. Поголема економска и еколошка употреба на природните ресурси поврзани со земјоделското производство и на тој начин спречување на нарушување на агроеколошката рамнотежа.⁶⁸

Овие мерки водат кон промена на структурното производство во земјоделството, трансформацијата на земјоделството и адаптација на новиот економски систем и реструктурирање на сите земјоделски капацитети, што ги имаше Македонија.

Во приватизацијата на големите земјоделски претпријатија, кои во стариот систем работеле неодговорно и нерентабилно поради неисполнување на

⁶⁸ Д-р Александар Мурарцалиев- Аграрна политика на македонија – Скопје, 1994 , ст, 51

потребите што ги бара новиот политички и економски систем, почнала веднаш да се отстранува колективната одговорност на овие претпријатија, согласно на препораките на Светска банка и реформите што беа преземени во таа време. Трансформација на овие гиганти се состоеше во утврдување, односно пронаоѓање приватен сопственик и личниот приватен интерес, кои ќе инсталираат и донесат одговорност за ефикасно работење, раст на производството и стопанството, познавање на светските трендови, одговор на промените и барањата на пазарот, обезбедување информации, ефикасно и конкурентно работење. Затоа е битно донесувањето на потребната законска рамка, што нема да остави простор за копирање и забавување на процесот на приватизација со отстранување на пречките кои креираат тешкотии за земјоделското производство и неповолни ситуации, кои треба да останат на минатото, а агрокомплексот во новата состојба да биде изложен на сите позитивни ефекти и негативни случувања од економската приватизација.

Во некои од земјите од Централна, Источна и Јужна Европа, вклучувајќи ја и Република Македонија, постојат одредени сознанија дека, агрокомплексот се наоѓа во тешка состојба како резултат на бавната приватизација. Во Република Македонија и пред приватизацијата и транзицијата околу 70% од обработливата површина беше во приватна сопственост. Ова беше предност за развојот на агробизнисот, но сепак, во условите на транзиција, специфичноста на земјоделството и приватниот сектор во аграрот треба да го заземе својот примат со активна институционална и материјална поддршка од страна на институциите согласно препораките на Светска банка и агроекономските политики на ЕУ.

Преку процесот за трансформација и приватизација на претпријатијата со општествен капитал, започнува и процесот на зголемување и пораст на малите и средните земјоделски претпријатија со приватен капитал. Предноста за овие земјоделски субјекти беше резултат на различни фактори, кои треба да бидат споменати. Во овој поглед, генерално, овие фактори се однесуваа на фактот дека тие претпријатија во почетокот беа менаџирани од страна на едно лице, со што целата одговорност фактички зависеше од еден човек, а со тоа и самото

производство, организацијата и координацијата зависеа од сопственикот. Со тоа се докажа дека тие многу бргу се стекнаа со искуство, со чија помош тие успешно одговараа на потребите на пазарот, ја зголемија конкуренцијата на пазарот со своите производи, со што, како последица, започна и подобрувањето на приватниот агросектор на малите и средните претпријатија кои имаа мали трошоци во врска со нивното функционирање. Овие претпријатија функционираа на домашниот пазар и ги снабдуваа прехранбените индустрии со нивните производи и го зголемија асортиманот на земјоделски производи. Овие претпријатија започнаа да делуваат и функционираат во соработка со големите претпријатија засновајќи партнерство помеѓу нивните претпријатија врз основа на разни договори за соработка во доменот на земјоделството. По транзицијата, малите и средните претпријатија играа важна улога во процесот на вработување на населението, овозможувајќи на тој начин отворање нови работни места. Од сето ова, може слободно да нагласиме и констатираме дека после процесот на транзиција се создаде големо влијание во процесот за развој на агробизнисот во Република Македонија, а ова првенствено се однесува на развојот на малите и средните претпријатија. Оттука и можноста да се определат приоритетите, според кои, руралните средини треба да се развиваат и да се зголеми целата можна инфраструктура за развој на агробизнисот, давајќи им ја можноста на овие претпријатија да ги зголемат своите капацитети за производство и обработка на земјоделските производи, како и развојот на прехранбените индустрии.

1.4 Имплементација на Националната стратегија за земјоделство и рурален развој и нејзиното значење за агробизнисот

Транзицијата од социјалистичка кон пазарна економија помеѓу другото се судри и со предизвикот на трансформација на имотите и приватизација на земјоделските земјишта. Приоритетот што на почетокот му се даде на развојот на индустриските и комерцијалните претпријатија ја услови потребата за аграрниот развој. Населението се пресели во урбаните средини по потрага за подобар живот. Ова придонесе за пореметување на пазарот на трудот и за небалансиран секторски развој во економијата. Не можејќи да ги остварат економските очекувања во

урбаните средини, владите на земјите во транзиција сфатија дека, спротивно на социјалистичкиот концепт, кој му даваше предност на развивањето на индустријата, земјоделството е сепак многу битен сектор во модерната пазарна економија, и затоа почнаа да му посветуваат сериозно внимание на развојот на земјоделството.

Иако повисокото учество на земјоделството во формирањето на БДП отколку во развиените држави, количината на произведената храна е недоволна за исхрана на населението. Со овој проблем се соочуваат и многу други земји кои произлегле од комунизмот, иако со почетокот на транзицијата учеството на земјоделството во БДП се намалувало. После скоро една деценија транзиција, во земјите на Централна и Источна Европа ова учество падна од околу 50 проценти на 15 - 30 проценти, но сепак беше мошне повисоко во споредба со земјите на ОЕЦД.⁶⁹ Либерализацијата на трговските политики им овозможи на овие земји да го елиминираат таканаречениот “недостиг” на многу артикли, но истовремено им го намали капацитетот за домашен производ и раст на продуктивноста. На ниво на Европската унија (ЕУ), земјоделството учествува само со 1,8 проценти во формирањето на БДП.⁷⁰

Целта на националните стратегии за рурален развој и развој на земјоделството се состои во обезбедување благосостојба и подобар живот за населението во руралните зони. Но, ова не е единствената страна на развојот. Имено, во руралните зони се концентрирани земјоделските парцели и фармите, од кои се обезбедуваат сировините за преработувачката индустрија која е концентрирана по градовите. Од планинските зони се обезбедуваат растенијата, дрвјата и други ресурси. Значи, со националната стратегија една држава не само што ќе ги развие овие рурални средини, туку ќе придонесе и за одржување на градовите преку олеснување на развојот. Ваквата меѓусебна зависност, не прави свесни дека со секоја инвестиција во развојот на руралните средини всушност се

⁶⁹ European Bank for Reconstruction and Development – EBRD (2002), *Transition Report 2002: Agriculture and rural transition*, EBRD, London.

⁷⁰ International Monetary Fund – IMF (2011), *World Economic and Financial Surveys: World Economic Outlook Database*, Washington, IMF.

инвестира и во развојот на урбаните средини. Во последно време исто така е актуелен и развојот на руралниот туризам. Предностите на овој туризам се почистиот и помирниот амбиент. Токму поради оваа причина стратегиите за развој ја опфаќаат и грижата за природните убавини, усвојувајќи правилници за нивна заштита. Стратегиите за рурален развој и развој на агробизнисот имаат повеќе шанси за успех ако во нивната апликација учествуваат сите страни.

Националната стратегија за земјоделство и рурален развој е проекција за развојот на земјоделството во Р. Македонија. Пред да започне со имплементацијата на оваа програма, Република Македонија успешно ги надмина сите предизвици вклучувајќи ги тука оние поврзани со приватизацијата на агрокомплексот, реконструкцијата и законската инфраструктура на агрокомплексот, обврските на Р. Македонија во доменот на земјоделството и нивното споредување со инструментите и одредбите за асоцијација и стабилизација со ЕУ, прашалникот на Европската комисија, чие пополнување ја доведе Република Македонија до статус држава-кандидат за членка на Европската унија. Преку ова се овозможи Република Македонија да го спореди нејзиното законодавство со законодавството на ЕУ, а со тоа да ја донесе и Националната стратегија за земјоделство. Оваа програма во себе содржи две главни цели, и тоа: *Првата* цел е Република Македонија, односно Македонската влада (и особено Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство- МЗШВ) и институциите односно (рурално население, земјоделците, и земјоделските здруженија, групи на производители и преработувачи), да донесат повеќегодишен референтен материјал-стратегија и инструмент за развој на македонското земјоделство и руралните области. *Втората* цел е да се востанови база за поддршка на нацртот на хиерархиски пониски оперативни планови за земјоделство и рурален развој, особено претпристапен документ за земјоделство и рурален развој (ИПАРД) и за нивна дискусија со Европската унија.⁷¹ Проект-документот за национална стратегија за земјоделство во суштина ги има анализите на сите сегменти на земјоделството освен политиките за шумарство и стратегиите за развој на водостопанството, кои се под донација на ФАО и

⁷¹ Национална стратегија за земјоделство и рурален развој за период -2007-2013- јуни 2007 Скопје

Светската Банка, и тие треба се анализираат и развијат со останатите сектори на економијата.

Развојот на агробизнисот во Република Македонија е под влијание на Националната стратегија за земјоделство и развој на руралните области, каде и постои и можноста за реструктуирање на многу приоритети во земјоделството. Имено, преку овој документ се анализираат географските, демографските и макроекономските услови што ги има земјата. Оттука ги констатираме природните услови, климатските фактори, релјефната површина на Македонија, која дава многу можности за развој на земјоделството, а со тоа да се овозможи и раст на производството на земјоделските производи во квантитет и квалитет.

Земјоделскиот сектор како трет сектор од важност за целокупната економија во себе содржи до 20% на вработувањата во земјата и го снабдува внатрешниот пазар со храна, а на земјата ѝ гарантира и приходи од извоз на земјоделските и прехранбените производи. Овие три значајни компоненти за развојот на земјата во суштина се содржани во Националната стратегија за земјоделство. Оваа Стратегија дава голем импулс во развојот на агробизнисот, со што се придонесува со практични методи да се овозможи менаџирање со големите земјоделски асортимани, што ги има нашата земја. По добивање на статусот држава-кандидат за членство на ЕУ, нашата земја се приближи кон целите, кои ги бараше Европската комисија.

Како основа за земјоделскиот и руралниот развој и земјоделската политика, МЗШВ ги усвои следниве стратешки цели: “Да се зајакне способноста на македонското земјоделство; тоа да биде конкурентно на интегрираните регионални пазари на Европската унија и Југоисточна Европа преку мерки за зголемување на ефикасноста на земјоделското производство, преработка и маркетинг; изградба соодветни, ефективни јавни и приватни институции; подобрување на приходите од фармите; оптимизирање на употребата на земјиштето, шумите и водата како извори во недостиг, на одржлив начин за животната средина; и изградба на рурални општини способни за опстанок преку

одржлив рурален развој.,⁷² Значењето и целта на Националната стратегија за земјоделство и рурален развој е да придонесе во постигнувањето на стратешките цели за целокупната економија на земјата. Во програмата многу јасно се укажуваат мерките преку кои може да се интервенира за подобрување на земјоделството и подготовката на сите земјоделски сектори, во согласност со стандардите на ЕУ. Овие мерки ги вклучуваат:

1. Инвестиции на фармите за реструктурирање и надградба според стандардите на ЕУ. На фармите во земјоделството им треба реконструктирање и модернизација каде треба да се почитуваат стандардите за хигиена и квалитет, сегментот на производство за кои исто така постојат мерки; да се подобрува благосостојбата на животните; да се менаџира со отпадоците и да се имплементираат еколошките мерки;
2. Поддршка за формирање групи на производство. Во Р Македонија треба да се имплементираат законските одредби на Европската комисија за организациите на производители во најкраток можен рок;
3. Инвестиции во преработка и маркетинг на земјоделските производи за реструктурирање и надградба според стандардите на ЕУ. Усогласување со стандардите за квалитет, хигиена и безбедност на храна на ЕУ, со што ќе се подобри пристапот до пазарите за земјоделство, внатрешниот пазар и странскиот пазар, а преработката на храна ќе се модернизира согласно со потребите.
4. Активности за подобрување на животната средина. Треба да се одржуваат земјоделските видови и да се запази загрозувањето на видовите; органското производство да се развие и да се прошири; во земјоделството имаме и деградација, на пример, водата и почвата и др. Заштитата треба да биде на ниво, со цел да немаме штети во

⁷² Национална стратегија и рурален развој за период -2007-2013- јуни 2007 Скопје.

земјоделството.

5. Развој и диверзификација на активностите за рурална економија. Ова мерка е насочена кон бизнисите, што не се директно поврзани со земјоделските производи, на пример, развојот на селскиот туризам или агротуризам, менаџирање на планиските асортимани и др.
6. Подобрување и развој на руралната инфраструктура. Подобрувањето на условите за живеење во руралните области има директен ефект во земјоделството. Оваа мерка треба да се спроведе во секоја рурална средина со цел да се врати оптимизмот и креативноста за живот на село.
7. Техничка поддршка, информативни кампањи и публицитет. На земјоделство му треба стручна поддршка и обезбедување техничка поддршка. На земјоделството исто така му е потребна е промотивна кампања и обезбедување информации, со што тоа ќе се движи во насока на развој, надградба и усовршување на капацитетите и подготвување на наредните мерки за развојот.
8. Стручно образование и обука. Секогаш во континуитет треба да ја имаме програмата за обука на фармерите, со цел тие да се подготват за потребите и за новитети во земјоделството и да се движат кон квалитет и стандардизирано производство, обуки и образование, и постоење на менаџери во преработката на земјоделските производи.

Сите горенаведени мерки се содржани во Националната стратегија за земјоделство и рурален развој за период 2007-2013 година. Тие имаат и финансиска рамка, која е поддржана од националниот буџет на Република Македонија и од ИПАРД-фондовите, кои се наменети од Европската унија за Република Македонија за поддршка на нејзиното земјоделство и рурален развој. Со нејзините мерки, ИПАРД-програмата во целост влијае врз развојот на

земјоделството и агробизнисот на Република Македонија.

1.5 Имплементација на ИПАРД програмата како ЕУ инструмент за претпристапна помош за рурален развој и нејзиното влијание врз развојот на агробизнисот

Во склоп на инструментите за претпристапна асистенција, ЕУ им дава поддршка на земјите кои се стремат да станат нејзин дел, за рурален развој и развој на агробизнисот преку нејзината ИПАРД-програма. Во случајот на Република Македонија, во 2011 година е подготвена Националната програма за земјоделски и рурален развој за периодот 2007-2013.⁷³ Овој документ се базира врз Стратегијата за земјоделски и рурален развој за истиот период во Република Македонија. Таа ги одредува приоритетите за развој, мерките кои треба да се преземат за да се постигне целта, средствата за имплементирање (финансискиот план, помошта и придонесите од ЕЗ), и договорот за имплементација. Таа, исто така, ја содржи и SWOT-анализата, која ги препознава предностите и слабостите на руралниот развој во Република Македонија, за секој потсектор на земјоделството, руралниот развој и агробизнисот. Вреднувањето на овој документ носи неколку препораки околу понатамошното подобрување на SWOT анализата, препораки за животната средина, имплементација и мониторинг на програмата, и некои други прашања од помала важност според потсекторите.

Влијанието на инструментот ИПАРД врз развојот на агробизнисот во Република Македонија беше позитивен во нејзините трговски односи со ЕУ. Од 2005 година сè до 2006 година кога извозот на производите од агробизнисот од Македонија во земјите на ЕУ беше зголемен за 12 до 25 проценти, додека пак увозот од истоимените земји на производи од истиот сектор беше зголемен само за 0,7 проценти. Најголемо учество во извозот на Македонија во ЕУ, имаше Република Грција (над 45 проценти од цела ЕУ), факт кој може да се објасни и со географската близина на оваа држава. Производите, кои најмногу се извезуваа во

⁷³ Ministry of Agriculture (2011), *The Republic of Macedonia: National Programme for Agriculture and Rural Development, 2007-2013*, Skopje: Government of the Republic of Macedonia.

Грција беа: тутунот, полжавите, доматиите и млекото. Вториот увозник на производите од Македонија по Грција беше Италија со 12,4 проценти. Што се однесува до увозот, од 25-те држави на ЕУ, Македонија најмногу увезуваше пилешко месо и шеќер, чиј увоз беше пораснат за 25,5 односно 28,8 проценти во 2006 година, споредено со 2005 година.⁷⁴ Влијанието на овој договор врз руралниот развој и развојот на агробизнисот ќе го разбереме подобро кога подетално ќе ги анализираме податоците од последните години во останатите поглавја на овој труд.

Пред да го проучиме влијанието на ИПАРД-програмата врз агробизнисот, првенствено ќе ги објасниме целите и значењето на оваа програма за земјоделството во Република Македонија. Програмата ИПАРД е одобрена од Европската Комисија за Република Македонија како резултат на исполнувањето на сите законски претпоставки во врска со обврските на нашата држава во контекст на процесот на нејзино интегрирање во ЕУ, а кои беа предложени од Владата на Република Македонија и беа предмет на расправа на разни јавни дебати меѓу професионални и стручни лица. Имено, “Врз основа на член 36 став 5 од Законот за Владата на Република Македонија⁷⁵, а, во врска со член 3 од *Рамковната согодба меѓу Република Македонија и Европската Комисија за правилата за соработка во однос на финансиската помош на Европската комисија за Република Македонија во рамките на спроведување на помошта според инструментите за претпристипајна помош (ИПА)*⁷⁶ и член 3 од *Согодбата меѓу Владата на Република Македонија и Комисијата на Европската Заедница за правилата за соработка во однос на финансиската помош од Европската Комисија на Република Македонија и спроведување на помошта според комитонентите V (ИПАРД) од инструментите за претпристипајна помош*⁷⁷, Владата на Република Македонија, на нејзината седница одржана на ден 30. 06. 2009 година, донесе “*Програма за користење на средствата од инструментите за претпристипајна помош за рурален развој на Европската*

⁷⁴ Ministry of Agriculture (2011), *ibid*.

⁷⁵ Службен весник на Република Македонија бр 59/00.

⁷⁶ Службен весник на Република Македонија бр 18/08.

⁷⁷ Службен весник на Република Македонија бр 165/08

Унија (ИПАРД) за период 2007-2013 година⁷⁸ Програмата- ИПАРД беше планирана и изготвена од страна на Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство на Р. Македонија, која имаше финансиска поддршка од ЕУ во соработка со други агенции на Република Македонија, а во овој контекст беа инволвирани и многу невладини организации кои беа релевантен фактор во земјоделската и економската сфера.

Со ИПАРД-програмата јасно и практично се утврдуваат мерки за поддршка на сите сектори на земјоделството и руралната средина на Р. Македонија во период 2007-2013. Овие мерки имаат финансиска поддршка; со ИПАРД-програмата се дефинираат и корисниците каде се поставуваат условите за корисниците што ќе добијат финансиска поддршка. Оваа програма има цели, кои ја подобруваат климата во сите сектори на земјоделството и развој на руралните средини. Во новите трендови на економијата конкурентноста треба да се зајакне за да имаме одржливи земјоделски производи на пазарот и да се подобри ситуацијата со земјоделско-прехранбените производи во одредени сектори. Со неа може да се подобрува технолошката и пазарната инфраструктура, каде е потребно да се почитуваат стандардите на ЕУ и да им се даде вредност на земјоделските производи во квалитет, здравствена исправност, безбедност на храна, благосостојба на животните и стандардите за заштита на животната средина. Друга цел на програмата е подобрување на животот во руралните средини, каде популацијата од овие подрачја ќе има стабилни приходи и раст на приходите, создавање можности за вработување на руралната популација преку развојот на земјоделско стопанство. Приоритетните ориентации на ИПАРД-програмата се во согласност со Националната стратегија за земјоделство и рурален развој 2007-2013 година, која се зајакна преку оперативните напори во земјоделството, со цел да имаме заедничка земјоделска политика со Европската Унија, што е предуслов за членство во ЕУ.

⁷⁸ Службен весник на Република Македонија, бр. 83 од 03. 07. 2009. Скопје.

Во програмата ИПАРД се структурирани приоритетите и мерките за развојот на земјоделските сектори и тоа:

- *“Приоритетна оска 1 - Подобрување на пазарната ефикасност и спроведување на стандардите на Европска Унија.*
 - *Мерка 101: Инвестиции во земјоделските стопанства за реструктурирање и надградба до стандардите на Европска Унија.*
 - *Мерка 103: Инвестиции во преработка и маркетинг на земјоделските и рибните производи за нивно реструктурирање и надградба до стандардите на Европската Унија.*
- *Приоритетна оска 3: Развој на руралната економија*
 - *Мерка 302: Диверзификација и развој на руралните економски активности.”⁷⁹*

За користење на ИПАРД фондовите првиот објавен јавен повик за поднесување барања беше на 23.12.2009 година, кога беше определен рок од 60 дена за доставување на барањата. Вкупниот број барања, што беа поднесени во рамките на првиот повик, изнесуваше 133. Од нив беа одобрени вкупно 28 барања, од кои за 27 беа потпишани договори за кофинансирање во вредност од 1.971.600 ЕУР (од кои, 1.478.700 ЕУР беа ЕУ средства) од каде беа повлечени 70% од финансиските алокации за 2007 година.

Табела бр.1: *Преглед на поднесени барања и склучени договори во првиот јавен повик*

⁷⁹ www.ipard.gov.mk

Извор: АФПРЗЗ

Мерка	Бр. на примени барања	Бр. на склучени договори	Износ во евра
Мерка 101	58	15	1.180.595,33
Мерка 103	41	11	98.382,94
Мерка 302	34	1	26.581,86

Во првиот оглас за мерката 101, која со себе носи инвестиции во земјоделските стопанства, беа поднесени 58 барања, каде вкупната вредност на инвестициите беше 4.782,400 ЕУР од каде 15 барања беа одобрени со стапка на одобрување 26%, а стапката на одбивање изнесува 74%. Највисока сума на прифатливи инвестиции има во приоритетниот сектор 1014 - одгледување молзен добиток.

За мерката 103 имаше средства за инвестиции во преработка и маркетинг на земјоделски и рибни производи, за нивно реструктурирање и надградби до стандардите на ЕУ, и беа поднесени вкупно 41 барање, со вкупна вредност на инвестиции од 9.697.900 ЕУР, од кои 11 барања беа одобрени, со стапка на одобрување од 27%, стапка за одбивање за мерката 103 изнесува 73%. Највисока стапка на одбивање има во приоритетниот сектор преработка на месо (100%), а најниска во приоритетниот сектор производство на вино (60%). Вкупната вредност на инвестиции на одобрените барања изнесува 2.362.190 ЕУР со вкупна сума за кофинансирање од 1.180.500 ЕУР, од што 885.447 ЕУР (75%) се средства на ЕУ.

За мерката 302 - Диверзификација и развој на рурални економски активности пристигнаа 34 барања, со вкупна вредност од 4.070.700 ЕУР и вкупна сума за кофинансирање од 1.922.640 ЕУР. Во процесот на одобрување на проекти беше одобрено едно барање за оваа мерка, со стапка на одобрување од 3% и стапка на одбивање 97%. Вториот јавен повик за поднесување барања за користење средства од ИПАРД-програмата беше објавено на 30. 12. 2010 година со 60 дневен рок на доставување на барањата заклучно со 29.11. 2010 година. До

АФПЗРР беа доставени 112 барања.⁸⁰

Табела бр. 2: Финансиско спроведување по мерки во Евра

Алоцирани ИПАРД средства		Одобрени/договорени		% на спроведување
а.Вкупна вредност	б. ЕУ (75%)	а.Вкупна вредност	г. ЕУ (75%)	в/а
За мерка М101: 10.893.333	8.170 000	764.458	573.343	7,0%
За мерка М101: 8.866.667	6. 650. 000	1.180. 595	885. 447	13,3%
За мерка М101: 4.560.000	3. 420. 000	26. 582	19 .936	0,6%
ВКУПНО: 24.320.000	18.240 000	1.971. 635	1.478.726	8,1%

Извор: МЗШВ

Од табелата бр.2 со извори од Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство, се гледа дека волуменот на искористување на ИПАРД фондовите е многу мал и дека не ги исполнува очекуваните резултати. Затоа, на прашањето зошто немаме добри резултати во искористувањето на оваа програма со значајни фондови за земјоделството, можат да се дадат различни одговори, но во секој случај, овде треба да се нагласи дека за имплементацијата на ИПАРД-фондовите беа направени само неколку активности за информирање на земјоделците во врска со нивните апликации и начинот на користење на овие фондови за да имаме нови стандарди во земјоделството и да се отвори нова перспектива. Имено, може да се констатира дека информирањето и подготовките на земјоделците за овие фондови не беа доволни. За јавните повици можеше да се дознае преку електронските медиуми, а беа организирани и панел дискусии, но сепак мора да се констатира дека, резултатите во одобрените проекти од ИПАРД програмата не се добри. За да се овозможат повеќе информации, во 2010 година беше активизирана мерката 501 на оваа Програма како техничка помош за организирање неколку обуки за аплицирање за овие фондови за земјоделство и рурален развој, и се чека тоа да доведе до позитивни ефекти во наредните движења на ИПАРД програмата за развој на земјоделството и руралниот развој.

⁸⁰ Годишен извештај за земјоделство и рурален развој 2010- Скопје

ИПАРД-програмата во себе ја содржи целта за соочување со недостатоците во растот на земјоделството и развојот на руралните области. Во оваа програма идентификувани се сите слабости и закани за развојот на земјоделството и руралните области во земјава. А целта на мерките на ИПАРД се: македонското земјоделство да се стреми кон либерализација на пазарите и отворање на пазарните можности за агропродуктите, имајќи предвид дека Македонија во април 2003 стана членка на Светската трговска организација (СТО). Еден од принципите беше земјата да ги редуцира трговските бариери и да ги дозволи слободните трговски врски, каде се намалуваат царинските тарифи и да се укинат квотите за земјоделски производи. Спогодбата за стабилизација и асоцијација беше основа за Македонија да започне преговори за понатамошни спогодби помеѓу Европската комисија и земјата со цел да се овозможи либерализација на трговијата со агрохрана. Исто така, како дел на спогодбите за трговска интеграција поврзани со земјите за прием во членство во ЕУ е и спогодбата за слободна трговија во Централна Европа- ЦЕФТА каде треба да се соработува во трговска смисла со сите држави од регионот. Оваа спогодба Македонија ја ратификуваше во 2006 година. Но, сите овие спогодби и можности укажуваат дека земјоделство треба да се реструктурира и да има моќ да им одговори на новите потреби на регионот, затоа што конкурентноста со овие спогодби расте, а земјоделството треба да се развива во нови трендови, од каде агробизнисот ќе ја добие новата улога за агропродуктите на Македонија, а тоа е да се стандардизираат и со соодветен квалитет. Сето ова го овозможува ИПАРД-програмата, од каде се добиваат фондови програмирани преку мерките и приоритетите, со што фактички ќе се применат стандардите на ЕУ.

1.6. Агробизнис политиките на ЕУ и нивното значење за развој

Политиката на ЕУ во однос на агробизнисот и неговиот развој се заснова врз обезбедување на работните стандарди за фармерите и понудата, како и снабдувањето на потрошувачите со безбедна храна со издржани цени. За да ја постигне оваа цел, ЕУ во 1962 година ја формулираше Заедничката аграрна

политика (Common Agricultural Policy - CAP), чии правила и ден денеска се менуваат и усовршуваат. CAP ја води Европската Комисија, која соработува со одреден број актери во својство на советници, и нејзините предлози се усвојуваат од Советот на Министри за земјоделство од 27-те земји членки на ЕУ. Последните предлози, кои се направени во 2012 година, ги имаат следниве три приоритети: 1) производство на храна со вредност; 2) одржлив и внимателен менаџмент со природните богатства, и 3) хармонизиран рурален развој во сите држави членки на ЕУ.⁸¹

Аграрната политика на ЕУ претставува политика на заеднички интереси, но и на индивидуалните или интересите на групи држави внатре во самата Унија, кои имаат свои национални интереси. Ова ја прави аграрната политика на ЕУ многу сложена, поради што се формирани 46 комитети за земјоделство, кои имаат изработено 2173 усвоени мислења (до 1999 година), чести состаноци (еднаш неделно за пченицата и шеќерот, еднаш во две недели за месото и овошјето, еднаш месечно за агробизнисот со пилешко месо и виното, еднаш во три или шест месеци за тутунот, итн.), и многу други процедури.⁸² Со овие големи разлики, CAP се наоѓа далеку од функционирањето како заедничка политика, сè додека земјите членки не посакаат нешто заедничко, односно додека не увидат дека различното ниво на нивната развиеност не носи балансиран добивки. Секако, критиките за ваквата политика не изостануваат. “CAP” била објект на критики и пред нејзиното основање. Актуелните критики се однесуваат на овозможувањето вишок понуди, вештачкото држење високи цени (спротивно на економскиот концепт на понудата и побарувачката во сооднос со цената). Овде се сретнуваме со принципот “*колку повеќе стока (производи), толку помалку*”. Ударот кон малите фармери, нерамноправноста помеѓу државите и недоразбирањата околу субвенционирањето се исто така мета на критичарите. За тоа колку CAP го помага или одмага агробизнисот воопшто во рамките на ЕУ, тешко е да се констатира со

⁸¹ European Commission (2012), The common agricultural policy (CAP) and agriculture in Europe, прирачник за рурален и аграрен развој, се наоѓа на интернет страна, http://ec.europa.eu/agriculture/faq/index_en.htm#2

⁸² Erjavec, Emil и Dimitrievski, Dragi (2006), ‘Заедничка земјоделска политика на ЕЗ’, Ekonomska Fakulteta: Univerza v Ljubljani, презентирano во Охридскиот семинар, одржан на 14-19 септември 2006.

точност поради разликата во развојот на земјите членки и поради аграрните политики на секоја земја членка, а, она што е површно познато се состои во фактот дека, државите со повисок развој и со понапредна технологија конкурираат и го држат заедничкиот пазар на Европската унија.

Стратешки национален интерес на Македонија е да има ефикасни и добро имплементирани земјоделски политики бидејќи улогата на земјоделството и агробизнисот овозможува стратешки да се постигнат следниве две цели: *првата* цел се состои во фактот што, развојот на земјоделството и агробизнисот придонесува за вкупниот БДП на земјата, извозот во ЕУ, регионот, и третите земји, вработувањето и развој на руралните зони, а, *втора* цел се состои во обезбедување производство, кое ги исполнува барањата на ЕУ, адекватни земјоделски политики, како и прописи и институции хармонизирани со директивите на ЕУ, со кои се обезбедува напредокот на Р. Македонија во нејзиното пристапување во Европската унија.

ЕУ е создадена од економски стратешки интереси на Европа по најавената иницијатива на неколку европски држави да соработуваат во областа на јагленот и челикот, од каде што произлезе договор, кој нема да запре само на подрачјето на металургијата. Овој договор склучен во 1955 година е склучен и промовиран во поширока смисла, со цел да се соработува и во областа на индустријата, земјоделството и други подрачја. Оваа организација тогаш беше наречена Европска економска соработка, а во 1957 во Рим таа се промени и се формира Европската економска заедница, чии тогашни членки беа Франција, СР Германија, Италија, Белгија, Холандија и Луксембург. Оваа организација се претвори во механизам, кој постепено го развиваше интегрирањето на националните економии на нејзините членки преку заедничкиот пазар на стоки, услуги, капитал и работна сила, интеграција во царинските тарифи каде постоеше заедничка тарифа за увоз, заедничка земјоделска политика и др. Подоцна, на оваа Заедница и се приклучија и други земји, како Велика Британија, Ирска, Данска, Шпанија и Португалија, а во 1993 година во Мастрихт (Холандија), Европската економска заедница се промени и прерасна во Европска унија како поцврста

рамка за приближување на нејзините земји кон политиките на ЕУ и тенденцијата за креирање монетарна унија.

Од сите области на заедништвото во ЕУ најимпозантни се политиките на аграрот. Овие политики влечат корени уште од основањето на Европската економска заедница во 1957 година кога фактички беа утврдени и основните цели на аграрот, кои се состоеја во:

„- зголемување на продуктивноста на земјоделството преку развој на техничкиот прогрес, рационално производство, оптимално користење на средствата за производство, а особено работната сила;

- обезбедување животен стандард на земјоделското население,

- гарантирање сигурност во исхраната, и

- обезбедување прифатливи цени во прометот.“⁸³

Како приоритетна интервенција е апострофирана потребата од постепено и со појасна динамика, прилагодување во заедничката аграрна политика, пред сè поради структурните и природните диспаритети меѓу различни земјоделски региони каде треба да се спроведе аграрна политика и создавање европски пазар организиран на заеднички принципи со стандарди, квалитет и сигурност на земјоделските производи, преку донесување заеднички прописи во областа на конкуренцијата и постојана координација на различно организирани национални пазари. Во политиките на ЕУ кон аграрот секогаш се констатира постоење финансиска поддршка на земјоделството, а во овие нејзини политики ЕУ инсталирала и фондови специјално наменети за развојот на земјоделството. Во ова светло се гледа и нејзината препорака за Р. Македонија да формира фонд за поддршка на земјоделството со цел спроведување на реформите кои ќе помогнат во многу сектори на производство во земјоделството. Формирањето на овој фонд за поддршка на земјоделството би бил содржан во националната стратегија и во зависност од економските стратешки интереси на Македонија. Мерките од таквиот фонд ќе кореспондираат со реформите во агрополитиките кои ги спроведува самата ЕУ. Првенствено, сите пет цели, кои се поставени во

⁸³ Елена Дорева- Економика на аграрот- стр.100 – економски факултет Скопје 2000 година

заедничката аграрна политика и реформи на ЕУ фактички се составен дел и на Националната стратегија за среднорочен развој на агрокомплексот на Р. Македонија. Овие цели се:

- постигнување подобра конкурентност преку пониски цени на земјоделските производи;
- обезбедување земјоделски производи за квалитетна и здрава храна;
- обезбедување стабилни доходи и услови за живеење на земјоделските производители;
- спроведување производствени методи со подобрување на животната средина;
- создавање можности за вработување, односно побрзо пензионирање на постарите земјоделци заради поголемо вработување помлади фармери др.,⁸⁴

Со овие пет мерки, развојот во земјоделството зазема димензија на ефикасен, конкурентен и профитабилен сектор, кој ќе се базира на слободен пазар. За оваа цел се нуди финансиска поддршка за заштита на земјоделските производители од непредвидливи и тешки ситуации, што се случуваат на домашниот и меѓународниот пазар на земјоделски и прехранбени производи.

Секогаш со вклучување нови членки во ЕУ беше потврдено дека, новите земји имаат изградено економски и политички систем во широка смисла компатибилен со системот на Европска Унија. Но, ова заедничко градење на агрополитиките, на земјите, кои биле во социјалистички режим, сепак им одзема време и години при градењето на нивната законска рамка, институции, функционален национален фонд за поддршка и др. Имено, овој процес на приближување и креирање заеднички политики во земјоделството со ЕУ на една земја ѝ одзема најмалку од 10 до 15 години. Во овој контекст, ќе ги презентираме и дискутираме главните резултати од пристапувањето за земјоделството главно,

⁸⁴ Македонска академија на науките и уметности; Стратегија на развој на земјоделството во Р. Македонија до 2005- Скопје 2001 стр,133.

на примерот на три нови членки, односно Полска, Чешка и Унгарија. Ефектите на интеграција во ЕУ во однос на земјоделството можат да бидат презентирани во следниве три области:

- реалната сфера: промени во производството, профитабилноста, приходите, извозот, увозот, итн.;
- регулаторната сфера: нови инструменти на земјоделска политика, либерализација на трговијата во рамките на Унијата, систем на поддршка за земјоделството и руралните средини, правни стандарди, итн.;
- сфери на перцепција и евалуација на она што се случува во новите земји во однос на европската интеграција, спектар на поддршка за пристапување кон ЕУ, евалуација на бенефициите и загриженост произлезена од политиката на заедницата и нејзините инструменти, итн.⁸⁵

Периодот кој беше посебно тежок за трансформирањето на економиите на посткомунистичките земји во земјоделскиот сектор е периодот од 1990 до 2004, кога кај нив се случуваат длабоки промени во структурите и во институциите во нивното земјоделство и во целокупната економска средина. Овде, неопходно е да се наведат следниве елементи на лошата политика и нереструктурираното земјоделство наследено по 1990 година, што претставуваа основа за стагнација на развојот:

- земјоделското производство резултираше со пад и стагнација;
- цените во земјоделскиот сектор беа неповолни;
- инвестирањето во земјоделството беше запрено и немаше планирање и натамошната стратегија за инвестиции во земјоделството.
- посткомунистичките земји, по нивниот влез во новиот политички систем, континуирано наследуваа промени во сопственоста на земјоделските стопанства.

⁸⁵ Jerzy, Wilkin; Agriculture in new member states- expectations and lessons learned, Warsaw University 2007.

- растот на притисокот од земјите, кои имаат развиено земјоделство, односно имаше странска конкуренција.
- во овој период земјите се соочени со нестабилна и непостојана земјоделска политика.

Елиминацијата на сите овие појави беше тешка задача за сите земји, кои имаа аспирација да ја спроведат Заедничката политика на ЕУ во земјоделскиот сектор. Тоа беше тежок пат за нив, но тие стигнаа до таа цел чекор по чекор: по елиминирањето на тие појави односно по инсталирањето на агрополитиките на ЕУ се отвора јасна перспектива за земјоделството и за нивните производи. Аналогно на ова, единствената стратегија и алтернатива за развивање на агробизнисот во Р. Македонија се состои во имплементација на мерките и политиките на Европската Унија, каде ние, како земја имаме аспирација што поскоро да станеме членка на Унијата, што ќе ни овозможи повеќе можности за развој на нашиот агробизнос. Со други зборови, пристапувањето до ЕУ дава многу можности и придобивки за агросекторот (меѓу другото) во форма на помош и фондови. Оваа помош ќе биде наменета пред нејзиното зачленување во ЕУ, од каде се очекува тежок товар за институциите на Р. Македонија, кои треба институционално и практично да го подготват земјоделството согласно со стандардите на ЕУ.

ГЛАВА II – МЕСТОТО И УЛОГАТА НА РАЗВОЈНИТЕ СТРАТЕГИИ ЗА АГРОБИЗНИСОТ

2.1. Планирање на растот во агробизнисот

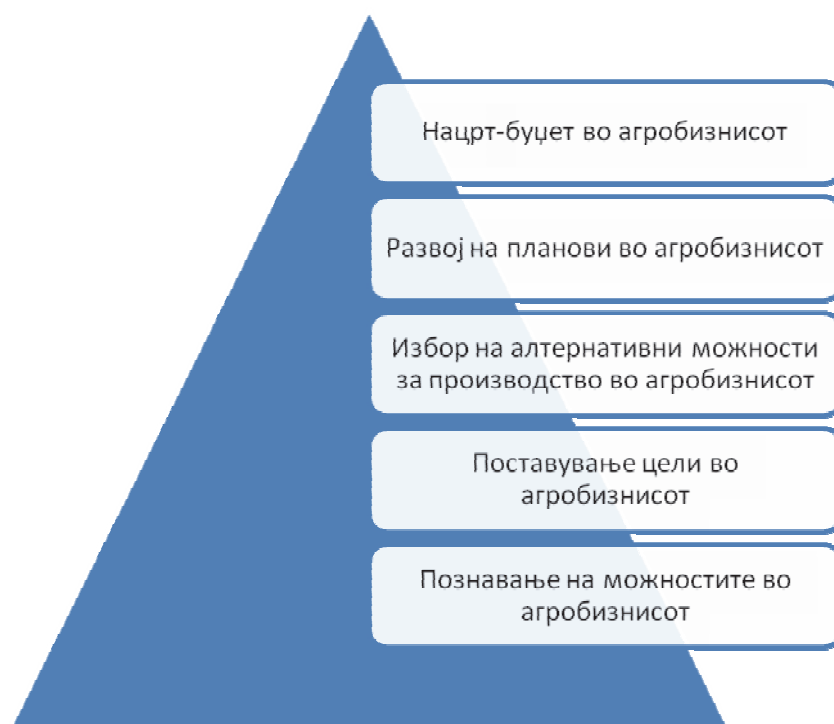
Во Македонија агробизнисот е еден од клучните економски сектори. Тој веќе е конкурентен на неколку области и нуди можности и силен потенцијал за раст на производството и пласман на земјоделски производи на домашниот, но, исто така и на странските пазари. Планирањето е активност на менаџментот во едно претпријатие, со кое се определуваат целите, политиките и плановите во одредено претпријатие, со кое се предвидуваат и сите околности, што го опкружуваат претпријатието. Планирањето во една фирма од агробизнисот претставува мобилна активност, со која се внимава за секој настан што може да се случи. Деловното планирање има само една службена должност, што се состои во убедување дека, планирањето може да го зголеми профитот. Тоа е средство за зголемување на профитот и создавање корист за претпријатието, која се состои во: намалување на неизвесноста и ризикот во работењето, зголемување на веројатноста за успех, зголемување на профитабилноста, зголемување на ефикасноста во извршувањето на работата, унапредување на системот на контрола, одговор на берзанските промени, овозможување подобро искористување на ресурсите, брз раст и развој, поуспешна координација на децентрализираните плански активности и др.“⁸⁶

Агробизнисот не може да покаже раст без планирање на горенаведените активности. Со определување на целите, политиките и плановите на една фарма за земјоделско производство ќе имаме раст и профит. Агропретпријатието со планирањето треба да создаде јасни патеки по кои треба да се движи кон целите, финансиската поддршка, политиките кои ќе го поддржуваат, плановите за

⁸⁶ Шуклев, Бобек; Менаџмент на мал бизнис, Скопје 2001, стр. 209

производство, сигурност на производството, квалитетот на производите, пазарните предизвици, дестинацијата на производството, и др. Ако имаме добро планирање на овие активности фармата или агропрехранбените претпријатија ќе креираат предуслов за раст во агробизнисот. Без планирање на одлуките би било паушално и ќе немаме јасна дестинација каде точно треба да се движиме. Во овој поглед, како сликовит пример може да го наведеме хипотетичкиот случај со еден автобус, кој се движи без цел бидејќи тој нема возач (управител). Секое земјоделско претпријатие, без оглед на големината и местото каде ги извршува производствените активности, во процесот на планирање, треба да се насочи кон тој пат кој ги содржи општите регулативи и кој во себе има неколку фази. Тука ќе го објасниме и ќе го проучиме процесот на планирање, кој треба да резултира со раст на производството. Овде има 5 фази, а описот на овие активности се прикажани во Шемата бр.2.1.

Шема 2.1. Фази на планирањето во фарма (агропретпријатие)



Извор: Изработка на авторот согласно нејова процена

Познавање на можностите во агробизнисот - Првиот чекор во планирањето се состои во познавање на можностите, што од менаџерите на фармата или агропретпријатието бара тие да бидат свесни во поглед на промените на пазарот, со цел да се дознае вкусот на потрошувачите, како и бидат свесни за конкурентноста на пазарот во смисла дали некој може на пазарот да снабдува агропроизводи подобри од нашите, а во овој поглед, управителот или менаџерот треба да ги искористи сите можни патишта. За да се запознаат подобро можностите, најпрво е битно да се анализираат посебно внатрешната и надворешна средина на фармата или претпријатието бидејќи за работата на фармата од посебно значење е средината во која таа работи и дали таа има можности да се снабдува со инпути во најмала рака барем базните инпути, да се намалат транспортните трошоци итн., како и прецизно да се анализираат силите, кои го унапредуваат агробизнисот во агропретпријатието.

Поставување цели во агробизнисот - Своите цели, менаџерите на една фарма или агропретпријатие ги поставуваат во орбитата на самите можности. Тие цели, исто така, ќе се базираат и на анализите на организационата средина. На овој начин, менаџерите на фармата ќе ја изградат целата пирамида врз чија основа ќе се организираат и управуваат целите, а, кои за нас ќе претставуваат успех на работата на самата фарма. Овие цели на фармата можат да бидат стратешки и оперативни.

Стратешките цели на фармата претставуваат долгорочни цели, кои му помагаат на земјоделското претпријатие да се спореди себеси со конкуренцијата на пазарот. Стратешките главни цели се: зголемување на профитот на фармата, проширување на фармата, учество на пазарот и др. За да се постигнат стратешките цели потребно е да се стават во функција сите елементи на фармата, а добриот углед на земјоделското претпријатие зависи од многу фактори, на пример, квалитетот на производството, добрата финансиска ситуација на претпријатието и други фактори. Менаџерите ги употребуваат овие цели за отворање на долгорочното планирање на фармата или агропретпријатието.

Оперативните цели на една фарма или земјоделско претпријатие претставуваат краткорочни цели, кои на менаџерите им помагаат да имаат подобра контрола на нивните внатрешни извори и да го ставаат во функција стратешкиот план. За да има позитивна работа на една фарма потребен е раст на производството, ниска цена и квалификувани работници. Оперативните цели се база на планот на една фарма. Тие се краткорочни, и истите, со еден збор, се нарекуваат оперативен план.

Изборот на алтернативни можности за производство во агробизнисот, фармата или земјоделското претпријатие треба да го направи на што е можно подобар начин, а првата работа е да се види колку алтернативи постојат за еден процес на агропроизводство, на пример дали има алтернативи за хранење на животните, одредени видови крави за молзење, дали постојат алтернативи на производство во прехранбената индустрија, итн.

Со ова се укажува на фактот дека, групата алтернативи во земјоделското производство е голем мозаик и дека е потребно ние да го избереме она, што нам ни треба и што ги исполнува потребите за раст на сите димензии на една фарма. Управителот некогаш со интуиција и со неговото искуство треба да ги избере алтернативите, кои ќе резултираат позитивно во работата на земјоделското претпријатие, но притоа не треба да се игнорираат новите информативни и современите техничко-технолошките средства, кои ќе ги понудат компјутерските системи. Ова покажува дека фармата треба да го направи она, што е најдобро за неа, на пример, ако фармата или агропретпријатието е голем производител и произведува со ниска цена, тогаш таа треба да најде пазар за производите со добра цена.

Развој на плановите во агробизнисот - овде стратешките и оперативните цели се фактички планови, при што стратешкиот план истовремено е и оперативен план. Тука се исполнуваат сите планирани очекувања, и фармата работи според планираното.

Нацрт-буџетот во агробизнисот: Буџетот на една фарма е фактички последниот акт во процесот на планирање. Имено, целиот овој проект и плановите, кои добиле поддршка од негова страна, претставуваат подготовка за самата финансиска конструкција на главниот проект.

Со буџетот се предвидува колку ќе имаме продажба, производство, реклами, и др. Буџетот укажува на износ, кој е планиран, колку да потроши фармата за да ги постигне целите. Буџетот го гарантира целиот проект во фармата за реализација на целата пирамида на планирање или игра и друга улога од каде преку буџетите се извршува и контрола на реализацијата на планирањето.

Со овие пет активности се планира растот на активностите на агробизнисот во земјоделското претпријатие. Добрата работа никогаш не е случајна, односно добрата работа секогаш е резултат на целите, трудот, искуството, интелигенцијата и успешното завршување на задачите, и само на таков начин можеме да работиме за подобра иднина на фармата и претпријатието.

2.2. Менаџирање со природните ресурси

Менаџирањето со природните ресурси е многу значајно за растот и развојот на агропроизводството и агробизнисот, и затоа треба да се инсталираат стратегии за што поголемо и подобро искористување на природните ресурси за земјоделство. Во потесна смисла на зборот, за да се започне една работа во земјоделството потребни се следниве три инпути: земја, труд и оперативен капитал. Со овие три елементи може да се започне една земјоделска дејност од каде ќе чекаме производи. Но, овде, веднаш се поставува прашањето дали ние можеме подобро, повеќе, поквалитетно, и др. За да одговориме на ова прашање, потребно е добро да ги менаџираме природните ресурси, кои во Македонија ги има доволно за да се ориентираме согласно модерната аграрна политика. Ако земјоделството го споредиме со други економски дејности, тогаш неопходно е да се нагласи дека трудот, природните ресурси и земјоделската површина се битни

за успех во земјоделството, а во другите гранки на економијата клучен фактор покрај капиталот е трудот и работната сила.

Република Македонија има многу добри природни ресурси и во понатамошната анализа ќе ги презентираме на описен начин со цел да ги нагласиме добрите можности што ги имаме за развој на агробизнисот. Природните ресурси се делат на: земјишни ресурси, водени ресурси и климатски фактори. Земјиштето е еден од најважните фактори за развој на агробизнисот. Ако во една средина има добри котлини, добри климатски и водни ресурси, тогаш земјоделство и агробизнисот ќе имаат раст и развој. Во Македонија, земјоделското земјиште опфаќа 700.000 ха пасишта (или 55.6%) лоцирани главно во ридските и високопланинските терени и 560.000 ха обработливо земјиште (или 44,2%), кое е концентрирано во котлините. Од вкупното обработено земјиште 461.000 ха (82%) се обработливо земјиште и градини, 58.000 ха ливади (10%) 26.000 ха лозови насади (5%), и 15.000 ха овоштарници (3%). Според проценките, секоја година околу една третина од вкупното обработливо земјиште е напуштено односно е необработено. Обработливото земјиште по глава на жител е 0,625ха што е повисоко од просекот во ЕУ-25 (0,35 ха).⁸⁷

Водните ресурси за земјоделство секогаш недостигаат. Тука и треба да се инвестира за да се подобрат земјоделските производи во квалитет. Водните ресурси сега се значаен јавен национален интерес кој треба да се менаџира, со цел да немаме отсуство на водата, а земјоделството без прописно и рационално наводнување на културите нема да има количина и квалитет на неговите производи, кои значат многу за конкурентноста на пазарот. Македонија има Управа за водостопанство во рамките на МЗШВ. Оваа управа ги менаџира, планира и ги користи водните ресурси за сите гранки на економијата, обезбедува вода за пиење, вода за потребите на индустријата и вода за земјоделството. Стратешката цел на оваа управа се состои во обезбедување вода за пиење и за произведување здрава храна, како и да нема недостиг на вода за земјоделските производи. „Во Македонија е оценето дека обработливото земјиште има

⁸⁷ Национална стратегија за земјоделство и рурален развој за период 2007- 2013, Скопје, 2007, стр. 24

површина од 577.000 ха, со изградени хидромелоративни системи и доколку се изградат нови хидромелоративни системи, реално може да се обезбеди наводнување на околу 400.000 ха, односно 69% од вкупната обработлива земјоделска површина. Според техничката документација, врз основа на која се градени системите, беше предвидено да се обезбеди наводнување на 163.693 ха плодно земјиште, но изградените основни објекти (брани, акумулации, пумпни станици, магистрални канали, и др.) во средно сушна година можат да обезбедат наводнување на многу помала површина на плодно земјиште. Според времето, динамиката, изворите на финансирање и другите услови за изградба, карактеристични се три периоди во изградба на хидромелиоративните системи за наводнување и тоа: до 1958 година; од 1958 до 1975 и од 1975 година до денес. Во првиот период изградени се 27 хидрометролошки системи (ХМС), со кои се опфатени 19.026 хе, а, во вториот период се изградени системи кои опфаќаат површина од 68.448 хе и 56 помали системи, кои обезбедуваат наводнување на 39.514 ха. Во третиот период беа изградени 14 нови системи, како и повеќе од 25 системи со мали акумулации. Со овие системи се обезбеди наводнување на 40.918 ха.⁸⁸ Финансиските средства за подобрување на искористувањето на водните извори во Македонија доаѓаат од буџетот на Владата, а за истата цел има и надворешно финансирање. Во поглед на последново, вреди да се спомнат инвестициите на Светската банка, со кои се финансира конкретен проект за подобро водоснабдување во земјоделство, кој е во тек.

Исто така, значајна улога за развојот на агробизнисот играат и климатските фактори. На растенијата им треба време да се адаптираат на климатските фактори, а, ние имаме диверзитет на климатски услови. Затоа, менаџерите во агробизнисот треба да ја знаат климатската слика и да произведуваат она, што им оди на прилог на растенијата. Поаѓајќи од искуствата на повеќето климатски класификации и адекватниот пристап за територијата, во Република Македонија ги разликуваме следниве климатски подрачја.⁸⁹

1. Субмедитеранско подрачје (50- 500 м);

⁸⁸ Годишен извештај за рурален и земјоделски развој 2010, Скопје 2011, стр. 89

⁸⁹ Годишен извештај за рурален и земјоделски развој 2010, Скопје 2011, стр. 91

2. Умерено- континентално- субмедитеранско подрачје (до 600 м);
3. Топло континентално подрачје (600- 900 м);
4. Ладно континентално подрачје (900-1.100м);
5. Подгорско – континентално- планинско подрачје (1.100-1.300);
6. Горско – континентално планинско подрачје (1.300- 1.650м);
7. Субалпско планинско подрачје (1.650 – 2.250 м), и
8. Алпско планинско подрачје (под 2.250 м).

Овие климатски услови се присутни во Македонија и според овие карактеристики треба да се определат и земјоделските култури. Имено, секогаш пред да се инвестира или да се основа едно земјоделско претпријатие природните ресурси се значајни и овие фактори треба да се консолидираат. Објектот треба да има услови и да биде снабдуван со природни инпути, на пример една фарма треба да ги има нивите и полињата во близина, таа да биде 24 часа снабдувана со вода и да биде фаворизирана со климатските услови, односно климатските фактори да му одат на прилог на нејзиното производство. Ако овие природни ресурси се менаџираат добро, успехот на земјоделското претпријатие и агробизнисот ќе резултираат со раст.

2.3. Идентификување на клучните фактори за успех во агробизнисот

Идентификацијата на клучните фактори што го помагаат агробизнисот се многу значајни пред да се започне бизнисот. Постојат многу значајни фактори, како што се, на пример: земјата, инпутите, фармата и објектите каде се лоцирани, кадарот и неговата професионална подготвеност, и др. Со еден збор, без основните ресурси не може воопшто ни да се помисли за развој на земјоделството и агробизнисот. Од оваа перспектива, освен базните елементи, во оваа студија подетално ќе ги анализираме клучните фактори, кои придонесуваат за успех во агробизнисот. Прво, потребно е искуство, а менаџерот на фармата треба да поседува неколку квалитети вклучувајќи ги тука: посветеноста за работата; креативниот дух што менаџерот треба да го инсталира; чувството на одговорност

не само кај менаџерот, туку исто така и кај соработниците; ориентацијата кон акција, каде треба да се реализираат сите идејни планирања; ориентација спрема експертиза и информации; способноста за искористување на шансите; способноста за прибирање луѓе на потребното место; способноста за работа во екипа; способноста за преземање ризични ситуации, и др. Ова се неколку клучни способности, кои се многу значајни за успех во агробизнисот. Ако менаџерот ги поседува овие способности тогаш тој полесно ќе може да го планира започнувањето на земјоделско производство во агробизнисот.

Успехот на агробизнисот ќе го етаблираме во три фази, во кои треба добро да се планираат сите клучни фактори и работните обврски. Овие фази ќе ги наречеме: почетна фаза, фаза од која се очекува растот и фазата на успехот. Со овие три фази се третираат сите клучни елементи за да се постигне успех во агробизнисот.

Почетната фаза во себе ги има клучните елементи кои ни го објаснуваат стартот на агробизнисот во земјоделство, вклучувајќи ги тука:

- Определувањето на теренот или местото, каде што ќе биде преземен агробизнисот. Со ова ќе имаме јасна и добра анализа за местото, каде ќе ја инсталираме фармата, видот на предностите, кои ги имаме, и ќе се утврди она што ќе има позитивна улога и поголемите можности за постигнување успех.
- Начините на организација и бизнис план за развој. Имено, организационата форма на агробизнисот е еден од клучните фактори, и тој може да се започне со мал број на луѓе, со индиции да се зголеми секогаш. Земјоделските претпријатија почнаа како фамилијарен бизнис со тенденција на зголемување до ниво на средно претпријатие. Бизнис-планот за развој исто така треба да утврди какво производство имаме, каде ќе го продадеме и дали ќе одговориме на конкурентноста.
- Обезбедувањето на потребните финансиски средства бидејќи овие средства исто така претставуваат клучен фактор за стартување на

агробизнисот. Имено, целата пирамида, што е креирана во претпријатието треба да се стави во движење бидејќи ваквите средства се планирани за сите сектори на агробизнисот, со цел претпријатието да се стави во функција.

- Организацијата на производство и употребата на ресурси и студија за пазарот за инпутите и за продажба на производи. Во овој поглед, неопходно е да се нагласи дека, една фарма треба секогаш да ги искористи предностите што ѝ се овозможени од страна на самата средина, во која таа е лоцирана. Многу е битно, неколку или главните инпути за фармата да се близу во средината, каде што се наоѓа таа бидејќи нема да има големи давачки за тие инпути. Освен тоа, од голем интерес е да се познаваат пазарите, каде ќе се дистрибуира производството. Информациите во врска со квалитетот, конкуренцијата и вкусот на потрошувачите треба да се поседуваат пред да се почне со производството.

Ова се клучните фактори за започнување на агропретпријатието. Во оваа фаза на активности нема добивки и истата се карактеризира со трошоци и организирање, што е неопходно за да се влезе во втората фаза. Во втората фаза се појавуваат првичните резултати од активностите на агробизнисот во претпријатието, и аналогно на тоа, оваа фаза се нарекува *фаза на раст*:

- Нацрт-план за бизнис експанзија преку купување со одложено плаќање или одлуки за згради, земјиште, машини, итн. Овде е потребно да се додадат објектите земјиштето и други елементи, кои се потребни за раст на капацитетите на агропретпријатието.
- Обезбедување потребни финансиски средства за проширување на бизнисот. Имено, сега потребни се средства, што ќе помагаат во ширењето на агропретпријатието, како и во зголемувањето на квантитетот и квалитетот на неговото производство. Ова се прави со раст на буџетските капацитети, но, сега агропретпријатието има можности и за добивање донации или кредити за некој негов сектор.

- Користење производни извори и нивно организирање. Во овој период треба што подобро да се организираат сите потенцијални ресурси, што се од доменот на производство во фармата. Со ова ќе се задоволат потребите на основното производство, од кои во 90% зависи фармата и кои истовремено претставуваат главни инпути на фармата.
- Намалување на трошоците и консолидација на растот, односно определување на точна насока. Во овој период, намалувањето на трошоците во фармата ќе бидат придружени со раст на производството. Сега ситуацијата во фармата е стабилна, а секој чекор води кон целта, но, најзначајно е стратегијата да биде насочена во вистинска насока, од каде не треба да се испушти ниедна прилика од планирањето за фармата и земјоделските производи во агробизнисот.
- Оперативна дефиниција на комерцијалната област, каде ќе се шири фармата и потенцијалната клиентела на фармата. Сега во оваа фаза се анализира територијата, потрошувачите, спогодбите за производството каде ќе се продава, како и клиентите на мало и на големо. Исто така, во оваа фаза секторот за маркетинг треба соодветно да функционира, со цел да се знаат сите потрошувачи на земјоделските производи заради квалитетот на производството и за што помасовно да се трошат нашите производи од фармата.

Ова се клучните елементи на втората фаза, во која не се остваруваат големи добивки туку се постигнува само балансирање на трошоците и добивките и поради тоа таа се нарекува фаза на растот бидејќи тогаш “може да се дише послободно и да се планира со ладна глава”. Полека врши подготовка за влегување во третата фаза, која е наречена фаза на успехот.

- Подобрено искористување на производните извори и организирање. Имено, со подобрување на производните извори на фармата се чека раст и добро организирање на работата. Со ова, како што е планирано, ќе се изградат предусловите за постигнување успех на фармата за нашите цели.

- Консолидација на фазата на успехот во агробизнисот. Во овој период, присутни се сите елементи од производството на фармата, но во секој момент е потребна консолидација на секој сектор на фармата, со цел да не се појави каков било недостаток, што ќе доведе до намалување на производството.
- Точна насока. Целиот менаџмент на фармата треба да биде фокусиран на целите и да се управува во добра насока. Сега, главниот, средниот и оперативниот менаџмент треба да бидат во согласност со точните насоки на фармата.

2.4 Користење на програмите што го поддржуваат аграрот

Во земјоделството и во агробизнисот, секогаш треба да се користат можностите што ги даваат многу институции за поддршка и развој. Она што е специфично во земјоделството е репродукцијата на земјоделските производи, што е долг процес со мал обрт на капиталот, и аналогно, потребно е да помине извесен временски период да се вратат вложените средства во агробизнисот. Поради ова, земјоделството бара специфичен третман на финансирањето, со цел да се обезбеди успех и развој. „Во спектатор инструменти за финансирање на земјоделството во сите негови фази, вклучувајќи и одобрување кредити за купување земја, за тековно инвестиционо кредитирање, како и изградба на потребната земјоделска инфраструктура, потоа за откуп на залихите и нивно чување итн., најпогодни се некомерцијалните институции, како што се:

- Фондови;
- Наменско кредитирање;
- Кредитно-штедни задруги;
- Специјализирани банки за земјоделство;
- Посебни програми;

- Емисија на долгорочни хартии од вредност, и
- Регресирање на каматата.

Во изминатиот период на економска транзиција на македонската држава, во макроекономската политика на Владата на Р. Македонија се планираат извори на финансирање на стопанството од странски инвестиции и банки, а во тие рамки и кредитни средства за земјоделството и развојот.⁹⁰ Помошта за земјоделството и агробизнисот дојде од многу институции, а најважна беше помошта од владините политики кон аграрот, кои овозможува лесни даночни обврски, на пример во контекст на ДДВ за земјоделството, регистрираните индивидуални фармери, покрај нивните должности според условот кој произлегува од соодветниот закон, можат и имаат право да си го вратат ДДВ на сумата за набавка на сировини и репроматеријали. Истовремено, во овој поглед, треба да се нагласи дека, во месец октомври 2006 година беше усвоен нов даночен режим за земјоделскиот сектор, со кој, за активностите на агробизнисот се креира позитивна и оптимистичка реалност за раст и развој бидејќи претходната 18% даночна стапка се редуцира на моменталните 5%.⁹¹

Ако направиме споредба на буџетските средства кои се делат за поддршка на земјоделството и развој на руралните области и придонесите што ги донесе земјоделството, од каде, овој сектор во националната економија дава 12% од БДП, а со прехранбената индустрија уште повеќе, бидејќи бројот на населението кое живее во руралните подрачја е 40%, тогаш јасно може да се констатира потребата од зајакнување на политиките и финансиските поддршки за земјоделскиот сектор. „Во 2005 година вкупните јавни трошоци во земјоделството изнесуваа 28,3 милиони евра или околу 1,7% од вкупниот буџет на Владата, кој е низок доколку се спореди со придонесите кои го остварува секторот кон националната економија и бројот на луѓето кои живеат во руралните средини. Во 2006 година, вкупните буџетски трошоци на МЗШВ изнесуваа 23,7 милиони €, а, за 2007 година МЗШВ планира дополнително зголемување на буџетот до 34 милиони

⁹⁰ Дорева Елена - Економика на Аграрот, Економски Факултет, Скопје, 2000 година, стр.253

⁹¹ Службен весник 102/2006, Одлука за производи подобни на повластена стапка од 5% ДДВ

€.⁹² Со ова се констатира дека Владата и Министерството за земјоделство на РМ се големи поддржувачи на програмите на развој на земјоделството, реструктурирајќи го буџетот на МЗШВ во насока на развојот на руралните области и земјоделските сектори. Сите оние кои сакаат да се ангажираат во земјоделскиот сектор и сакаат да го развиваат агробизнисот во Р. Македонија треба да ги познаваат владините политики и стратегии за поддршка (што ја дава МЗШВ на РМ) бидејќи на тој начин тие полесно ќе стигнат на јасна патека и практично ќе ги остварат целите за успех во агробизнисот.

Програма, која во суштина го поддржува аграрот во сите сектори на земјоделските производи, е ИПАРД-програмата. Имено, со помош на овој инструмент агробизнисот доби димензија на прогрес и агропроизводите растат, исполнувајќи ги сите квалитативни и квантитативни елементи. Аналогно на ова, корисно е, секој кој сака да се занимава со економска дејност во агро-бизнисот, да ја има предвид програмата ИПАРД, со цел да добие идеја во поглед на начинот на користење на овие средства. Инаку, самите средства од ИПАРД- програмата доаѓаат од структурите на буџетот на ЕУ и буџетските структури на владата на РМ, како основа за партиципацијата кај економските субјекти кои аплицираат за средства од оваа програма. Исполнувањето на условите за користење на средствата од ИПАРД-програмата не е лесно и затоа за оваа цел се организираат обуки и семинари за економските субјекти во аграрот, кои сакаат да конкурираат во рамките на оваа програма. Со еден збор, се преземаат многу активности со цел да се обезбедат можности за искористување на програмите што го поддржуваат аграрот во РМ. Во овој поглед, може да се спомне порталот, што е подготвен со помош на УСАИД, насловен како “Финансиски прирачник за агробизнис - “АгБиз,,, кој е дизајниран за информирање на сите економски субјекти (кои сакаат да се ангажираат во агропроизводство и прехранбената индустрија) во врска со можностите за добивање кредити со поволни камати за развој на агробизнисот во РМ. Во Р. Македонија денеска има многу програми што го поддржуваат аграрот во државата, а тие доаѓаат после реструктурирањето на легислативната и институционална структура, со што Р. Македонија се приближи кон ЕУ.

⁹² Национална стратегија за земјоделство и рурален развој за периодот 2007-2013, јуни, Скопје 2007, стр.142

2.4.1 Програма за субвенции

Субвенциите се значајни за развојот на земјоделскиот сектор бидејќи значат стимулација и раст на развојот на агробизнисот. Тие претставуваат определени средства од буџетот на Р. Македонија наменети за помагање на домашното производство во земјоделството, за наоѓање пазари и за дистрибуција на домашни агропродукти на меѓународниот пазар. Субвенциите се заштита за агропродуктите во земјоделството. Оваа функција на субвенциите се гледа во контекст на заштитата од големиот и интензивен увоз, при што тие ја намалуваат оваа ризична ситуација за фармерот, кој планира да опстане од неговата работа на фармата. „Субвенциите претставуваат стимулација за примена на современи средства за репродукција по пониски цени (увоз), од една страна, и стимулирање на производството заради компензирање на диктираните ниски домицилни цени од страна на светските цени на земјоделските производи (извоз), од друга страна.,”⁹³

Со програмата на субвенции во земјоделскиот сектор од страна на институциите се креира една оптимистичка реалност, која дава можност за раст и развој на агробизнисот со позитивни трендови во производството и снабдување со агропроизводи на внатрешниот пазар и транспорт на агропроизводи на надворешниот пазар. Стимулациите на малите и средните претпријатија во агробизнисот преку субвенции се значајни за растот на производството. Од перспектива на последново, ние ќе го анализираме движењето на субвенциите од институциите во земјоделство, каде што самите бројки јасно ја рефлектираат големата поддршка во сите фази на производството на агропродукти во Македонија. „Во насока на поттикнување на развојот на земјоделството, Владата на Република Македонија ги зголеми буџетските субвенции за три пати во 2007 година, односно за 6 пати во 2008 година во однос на периодот 2003-2006 година. Во следните години предвидени се субвенции од 70 милиони евра (2009), 100 милиони евра (2010), 115 милиони евра (2012). Појасно објаснување и слика за

⁹³ Мурарцариев, Александар; Нов период кон предметот економика на аграрот, Универзитет Св. Кирил и Методи - Скопје, Економски Институт, Скопје, стр. 216

програмата за субвенции за земјоделските производи, објаснувајќи и придружни мерки, може да се добие преку табелата, што е објавена на сајтот на Министерство на финансии на Владата на Р Македонија.⁹⁴

Табела Бр.2.3: Субвенции за земјоделските производи

Година	Вкупна финансиска поддршка во денари	Вкупно финансиска поддршка во евра
2003	430.000.000	7.014.682
2004	443.635.878	7.237.127
2005	472.361.069	7.705.727
2006	1.060.702.971 (од кои само 415.000.000 од претходната Влада)	17.303.474
2007	1.326.460.093	21.638.827
2008	2.767.500.000	45.000.000
2009	4.305.000.000	70.000.000
2010	6.150.000.000	100.000.000
2011	7.072.500.000	115.000.000
2012	7.995.000.000	130.000.000

Извор: Министерство за финансии, Влада на РМ

Земјоделството и агробизнисот како значаен дел на стопанството играат важна улога во снабдувањето на населението со храна и во снабдувањето на цела прехранбена индустрија во државата со сировини. Оттука механизмите на државата, што земјоделството го подржуваат со субвенции, се свесни дека, она што ќе се врати од земјоделството е поголемо од самите субвенции, како и дека поддршката треба да биде долгорочно конзистентна со цел да се добијат стабилни придобивки од земјоделскиот сектор во Македонија. Значи, евидентна е потребата за земјоделците да добијат едукација и знаење во поглед на институционалната поддршка односно тие треба да ја знаат формата на аплицирање и да ги исполнат сите законски рамки во тој контекст. Со субвенциите треба да се стигне до квалитет и квантитет на земјоделскиот производ со цел да ги задоволи потребите на внатрешниот пазар и извоз на надворешниот пазар.

⁹⁴ www.finance.gov.mk

2.4.2 Дотации во аграрот

Дотациите се слична форма на субвенциите. И двете имаат позитивен ефект врз развојот на земјоделството зависно од големината на средствата што се даваат со нив. Заедничкото на субвенциите и дотациите се состои во фактот што тоа се неповратни средства. Иако се разликуваат според формата и времето на алоцирање, субвенциите можат да бидат предмет на долгорочна програма на Владата, кои постојано се издаваат, а, дотациите се повремени. Субвенциите вообичаено се даваат и врз единична основа, на пример, дваесет денари за килограм тутун, десет денари за литар млеко итн., додека пак дотациите се даваат во форма на фиксни суми како форма за поддршка на развојот. Тие најмногу се даваат од различните фондации создадени за стимулирање на земјоделството и од страна на разни меѓународни организации.

Како резултат на политичките и социоекономските промени на почетокот на 90-те години, земјоделството во државите на Централна и Источна Европа беше соочено со многу предизвици. Првиот предизвик се однесуваше на големата пазарна либерализација. После овој удар владите на државите соочени со буџетските ограничувања имаа тешкотии за поддршка на пообемниот развој на овој сектор за да се соочи со конкуренција од големите извозници. Големите држави беа свесни дека падот на земјоделската дејност може да доведе до застој и зависност од увозот. Меѓутоа, тие знаеја дека многу земјоделски производи можат да се произведуваат во земјите во развој, но на нив им недостасуваше инвестициски капитал. Поради ова, се зголемија иницијативите за поддршка на овој сектор преку дотации, со цел да обезбедат услови за стабилен развој.

Земјоделството, како еден од најважните сектори на македонската економија, имајќи ја перспективата на понатамошен развој и опфаќајќи ги и дотациите на долгорочен план, ќе биде предизвикано и од разните климатски прилагодувања, кои ќе се случат во Централна и Источна Европа. Имено, во овој поглед, се предвидува дека, до 2050 година, Република Македонија ќе биде изложена на зголемување на просечната температура за 1,9 Целзиусови степени.

Како последица на оваа температура може да дојде до намалување на врнежите за 5% и зголемување на опасностите за болести кај растенијата.⁹⁵ Во недостиг на средства и капацитети за соочување со овие предизвици, кои се вознемирувачки, меѓународните организации, кои го поддржуваат земјоделскиот развој, нудат неповратни средства или грантови.

Република Македонија со својата програма за земјоделски и рурален развој за периодот 2013-2017 планира зголемување на фондовите за финансиска поддршка во вредност од 725 милиони евра. Од оваа сума, околу 150 милиони ќе бидат потрошени до 2015 година. Оваа поддршка можеби е тешка за спроведување по финансиската криза, но во 2011-2012 година Владата беше во можност да ја зголеми поддршката од 115 на 130 милиони евра.⁹⁶

Поддршката на политиката вклучува регулирање на пазарот за генерирање на приходите во форма на индиректни и меѓусебно поврзани средства. Таквото мешање на државата се прави со цел да се модернизира и адаптира земјоделството кон условите на пазарната економија, зачувување на природата, искористување на ресурсите и одржлив рурален развој. Ваквите мерки се во согласност со Заедничката земјоделска политика (ЗЗП) на ЕУ, што беше претходно спомната.

Финансискиот план на поддршка со дотации и средства е повеќе показател за посветеноста во поддршката на земјоделството и руралниот развој, наместо фиксен план изразен во бројки. Тој може да биде изменет и прилагоден со околностите и трендовите на општиот развој на земјоделството, руралниот развој и животната средина заради водење на бизнисот.

2.4.3 Земјоделски кредити и субвенции

Со субвенциите во земјоделството, Владата им дава поддршка на

⁹⁵ World Bank and IFC (2010), "Country Partnership Strategy for Former Yugoslav Republic of Macedonia for the Period FY11-FY14", South Eastern Europe Unit, Washington D.C.: IFC. 11

⁹⁶ Министерство за шумарство и водостопанство (2012), "Национална програма за развој на земјоделството и рурален развој за периодот од 2013-2017 година", Скопје: Влада на Република Македонија.

земјоделците и агробизнисите за да се поттикне производството и понудата на производите од овој сектор. На овој начин на производителите им се зголемува можноста да ги намалат трошоците. Таквата поддршка, колку што се зголемува толку станува и попроблематична во повеќе држави. Имено, се смета дека, ЕУ како целина во 2010 година потрошила околу 57 милијарди евра за поддршка на земјоделството, од кои 39 милијарди биле субвенции. Повеќето од овие субвенции им биле доделени на фармерите⁹⁷. Големи суми за поддршка во вид на субвенции се даваат и во други поголеми и индустриски поразвиени земји како САД и Јапонија. Така, на пример, во текот на 2009 година Јапонија додели 46,5 милијарди долари субвенции за фармерите⁹⁸. Јапонија е индустриски многу развиена држава, но има мала површина и голем број жители.

Причините за поддршка на земјоделството со субвенции во државите со развиена пазарна економија се различни. Во принцип, оваа пракса изгледа како спротивна на пазарните правила заради големото влијание на државата. Засега главното оправдување, што се употребува во овој поглед, е големиот раст на цените на земјоделските производи, што го принудуваат населението да троши повеќе од неговите приходи само за храна. Помагајќи со субвенции, се зголемуваат можностите за производство, се намалуваат трошоците, што резултира со ниски стабилни цени прифатливи за населението. Но, ниските цени имаат директно влијание кај производителите, на кои што им требаат средства за повторно инвестирање, а кои повторно треба да ги бараат како субвенции или поволни кредити наместо за други економски дејности.

Во светло на горенаведеното, политиката на субвенционирање останува контрадикторно прашање во домашната и меѓународната економија. Имено, ако развиените земји продолжат со нивното зголемување тогаш тоа создава пазарна нееднаквост, каде што сиромашните земји не можат да им конкурираат на

⁹⁷ EUR-Lex (2010), '2010 General budget', се наоѓа на веб страната http://eur-lex.europa.eu/budget/data/D2010_VOL4/EN/nmc-titleN123A5/index.html,Tabela 05 - Agriculture and Rural Development, посетена во април 2013.

⁹⁸ Harada, Youtaka (2012), Can the Japanese Farming Survive Liberalization?, се наоѓа на веб страната <http://www.tokyofoundation.org/en/articles/2011/farming-survive-liberalization>, посетена во април 2013.

субвенционирани земјоделски производи од развиените земји. Истовремено, има и многу случаи, каде се појавува така нареченото земјоделско хиперпроизводство во неколку земји додека во многу други се чувствува недостаток. Во овој случај пазарите се ценовно изложени на дампинг, што значи продажба на производи со поевтини цени отколку што чинел нивниот производ. Според економската логика, за да профункционира и остане во бизнисот една компанија, таа треба да има поголеми приходи за да постигне добивка. Доколку се случи спротивното, тогаш компанијата може да банкротира. Но, кај дампинг-цените, целта е стратешка. Компаниите нудат многу поевтини цени или под пазарни цени. За истите производи секако дека потрошувачите ги избираат тие со поевтини цени. На овој начин се надминува конкуренцијата оставајќи многу компании надвор од бизнисот. Откако една компанија ќе го добие пазарниот монопол, таа почнува со зголемување на цените и е во состојба да ги надомести загубите претрпени кога таа продавала производи под пазарните цени. Ценовната политика е контрадикторна и честопати е објект на недоразбирања помеѓу државите. Во земјоделството ваквите цени можат да бидат импонирани не од причина што компанијата сака да ја игра оваа игра, туку поради фактот што некои производи се брзо расипливи и затоа е подобро тие да се продаваат по каква било цена отколку да се фрлат како отпадок по извесно време.

Субвенциите имаат свои поддржувачи и критикувачи. Поддржувачите мислат дека, како што беше истакнато погоре, овие влијаат врз намалување на цените за потрошувачката, и една таква политика треба да се проследи и во сиромашните земји со меѓународен фонд. Но, ова тешко се постигнува и голем број истражувачи ги критикуваат субвенциите дека тие предизвикуваат промени на пазарот и дека со нив само се оштетуваат најмногу земјите во развој, на кои што им се препорачува да ги следат политиките на економска либерализација и слободна трговија. Слободната трговија во нерамноправни услови донесува придобивки за оние, кои се посилни, а загуба за послабите. На оваа крстосница на неолибералната доктрина и потребата од протекционизам или заштитни мерки, се појавува дилемата како да се поддржи земјоделството и агробизнисот за побалансиран развој. Кредитите се добра алтернатива за субвенциите, за да ги

поттикнат фармерите и агробизнисот да работат повеќе и со поголема мудрост, но тука постои и поголем ризик. Зошто?

Земјоделството е сектор кој подлежи на надворешни влијанија, особено климатските услови. Фармерите не можат да си ја дозволат каматната стапка како во другите гранки каде што враќањето на инвестициите и остварувањето на приходите е побрзо. Во земјоделството инвестициите можат да настанат за краток временски период, но треба да се чека подолго за реализација на приходите (како на пример, житото кое дава плодови само еднаш годишно и во одредено време). Банките во целина немаат толку корист да направат големи разлики во каматните стапки во бизнисите затоа што нивната цел е да пласираат кредити со поголеми каматни стапки. Владите и фондациите од друга страна прават напори и основаат земјоделски банки, со посебен акцент на поддршката на земјоделството со кредити со поволни услови.

Една пракса, што се имплементира во западните Балкански земји, значи и во Македонија, се случаи на соработка на комерцијалните банки со странски фондации во давање кредити. Имено, банката ги следи своите интереси со каматните стапки кои што носат профити, на пример 10 проценти на годишно ниво. Фондацијата дејствува како посредник компензирајќи ѝ на банката во име на должникот дел од каматата или во целина. Така, на фармерите или агробизнисите им се исплати да земат кредити значително редуцирани или со нула каматна стапка. Оваа алтернатива исто сугерира дека земјоделството и агробизнисот имаат потреба за различни форми на поддршка бидејќи тие не можат да се развијат постојано на слободниот пазар.

Стратегијата на земјоделството и руралниот развој во Македонија во 2013 година предвидува дека годишната каматна стапка за бизнисот на овој сектор да биде 5 отсто, а од 2014-2017 околу 6 проценти. Владата ќе бара значително да се зголемат субвенциите и фондовите во земјава и тие од ЕУ како комбинирани мерки за развој, и пресметките да бидат двојно зголемени од 13 на 27 отсто.⁹⁹ За

⁹⁹ Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство (2012), *ibid*.

соодветните видови и форми на таквата поддршка во Македонија ќе се запознаеме подоцна во оваа тема кога ќе разгледаме и анализираме повеќе димензии на овој сектор.

2.5 Агробизнисот и имплементацијата на стратешкиот менаџмент

Стратешкиот менаџмент како дејност претставува збир на техники и средства за долгорочна реализација на главните планови и стратешките цели на бизнисот. Ова е еден општ опис на стратешкиот менаџмент бидејќи во различни области има и други ограничувања на целите, кои треба да се постигнат и менуваат. Во економијата тоа се подразбира како планирање, кое се имплементира од страна на компанијата за постигнување и одржување на конкурентната предност и идентификување на оптималните планови за оваа цел. Стратешкиот менаџмент е начин на разбирање на разновидноста на конкуренцијата, што значи дека е интередисциплинарна област која го проучува однесувањето на компанијата и другите актери на пазарот, поврзано со организирањето на производството и анализирањето на средината каде што делува компанијата.¹⁰⁰ Тој ја има истата природа и значење и во агробизнисот како и во економијата, но се разликува според стратегијата на имплементирање. Бидејќи средината видно влијае во стратешката ориентација на компанијата, стратешкиот менаџмент треба да ги има предвид економските политики и нормативите, кои се определуваат на државно ниво, или кратко речено да ги има предвид правилата на игра. Како што потенциравме во горе наведениот поднаслов, секторот на земјоделството и агробизнисот се гранки кои подлежат на многу правила, можеби повеќе од многу други економски гранки. Додека овие мерки се непосредни, субвенциите и донациите се директни мерки. Во оваа смисла се разликува и имплементирањето на стратешкиот менаџмент.

Економската и индустриската политика се состојат од превземените мерки

¹⁰⁰ Nag, Rajiv, Hambrick C., Donald and Chen, Ming-Jer (2007), "What is Strategic Management, Really?: Inductive Derivation of a Consensus Definition of the Field", *Strategic Management Journal*, Vol. 28, pp. 935-955.

и од условите кои ги создава државата за поттикнување на развојот на индустријата. Во склоп на индустријата влегува и агробизнисот, или индустриската обработка на земјоделските производи. Стратешкиот менаџмент на агробизнисот претставува предизвик, при што менаџерите и одговорните лица за помалите единици треба да имаат способности за планирање. Менаџерите од повисоките нивоа имаат поголема одговорност бидејќи истовремено се и проектанти и носители на стратешките планови. На нив им паѓа одговорноста за донесување одлуки. Поаѓајќи од проблематиката во врска со донесувањето одлуки, главните менаџери треба да имаат посебни способности, меѓу другото: а). да бидат креативни и иновативни; б). да имаат способности на водач и технички способности за планирање, организирање, контрола и маркетинг; в). да бидат добри комуникатори и способни за мотивирање на работниците; г). да истражуваат претприемачки алтернативи и да бидат одлучни во донесување на одлуките; д) да имаат способности за ефективно комбинирање на функциите на компанијата за да обезбедат исполнување на целите.¹⁰¹

Стратешкиот менаџмент е компетентен и одговорен за изборот и донесувањето на стратешките одлуки за компанијата, како и за подготовката на плановите. Стратешкото планирање започнува со одредување на мисијата, *(која ќе биде дејноста на агробизнисот)*, целите *(што се сака да се исполне)* и акционите планови *(како да се обезбедат средствата за имплементирање)*. Тактичкото планирање им припаѓа на средните и пониски нивоа на менаџментот. Двата вида планирање треба да бидат во согласност или меѓусебно комплементарни. Нивната имплементација се прави со организирање и комбинирање на функциите во компанијата. Комбинирањето ги опфаќа физичките средства, човечките ресурси и потребниот буџет за имплементирање. Имплементирањето бара умешност, и токму тоа е она што ги прави некои лица да се истакнуваат од другите. Во светот на сè поголемата динамичност, способноста за имплементирање се вреднува повеќе од способноста за планирање. Добриот менаџер е стратег ако има способност да го имплементира планираното. Сè повеќе сме сведоци на појавата на планирање на ниво на државата, компанијата,

¹⁰¹ Musabelliu, Bahri (2009), Основите на агробизнис., стр. 94-95. Тирана

или на каков било субјект, без конкретен резултат. Некој има способност или е добар планер, но не му оди од рака имплементирањето, и токму тука лежи проблемот на неуспехот на планирањето и очекуваните резултати или целите кои треба да се постигнат. Во таквите случаи, кога некој е добар планер, а слаб имплементатор, функцијата за имплементација треба да му се додели на некое друго лице со поголемо искуство и знаење во тој правец. Ова е потребната комбинација која ја спомнавме. Добриот менаџер треба да ги има двете способности, односно и за планирање и за дејствување.

Стратешкото планирање нема значење без потребните ресурси за неговото имплементирање бидејќи дури и еден одличен план без потребните ресурси за постигнување на целите е рамен на нула. Исто така, планот со потребните ресурси, но со недостиг на знаење за негово имплементирање, е склон на неуспех, на губење енергија, напор, и губење ресурси. За тоа колку се бара од комбинацијата, оптималното ангажирање, и потребните одлуки за постигање на стратешката цел, на крај го потврдува функцијата на контрола. Контролата не подразбира само преглед на тоа што е постигнато или не е постигнато. Контролата е најзначителната фаза на циклусот на менаџментот за мерење на ефикасноста на планирањето, организирањето и раководењето со човечки и материјални ресурси. Контролата пред сè е лекција за успехите и грешките кои сме ги направиле при имплементирање на целите на компанијата. Контролата треба да е присутна во сите нивоа на менаџментот и во сите единици за мерење на општата и специфичната перформанса. За да се увидат неуспехите треба да се евидентираат направените грешки. Кога сме кај грешките, потребната контрола ги препознава истите на сите нивоа и одговорности, без разлика на комбинациите и взаемноста на улогите и задачите. На пример, ако има стратешки девијации, причината може да биде неконсеквентното имплементирање на задачите од страна на менаџмент од средно и ниско ниво. Но, ако девијацијата и неуспехот настанале иако задачите се реализирани според планот, тогаш одговорноста паѓа врз менаџерот кој го направил планот, и ова за него претставува поука бидејќи не ги донел потребните одлуки.

За да има поголема и позначајна улога, контролата опфаќа детални анализи и вреднувања за секоја работа која е извршена во склоп на стратешките цели. За постигнатите резултати треба да се награди или позитивно да се вреднува персоналот и одговорната екипа, за да им се даде поттик за понатамошна работа и посветеност. За намерните неуспеси, може да следат санкции, а за случајните неуспеси вреднувањата на контролата служат како поука и мерка за способностите за планирање.

2.6. Фактори што овозможуваат раст на агробизнисот

Постојат многу фактори кои влијаат врз растот и развојот на агробизнисот и тие се мултидимензионални. Со поголемиот дел од овие фактори сме запознаени во одредена мера при обработка на оваа тема. Задача на овој наслов е да навлезе подетално во многуте гледишта кои се од посебен значај за развојот и растот на агробизнисот. Сега сме запознаени со многу фактори на директната поврзаност помеѓу развојот на земјоделството и агробизнисот. Тие можат да бидат поврзани во форма на ланец, на ниво на националната или меѓународната економија (ако се земе агробизнисот на глобално ниво). Кај второто постојат неколку поврзаности и стратегии кои влијаат врз развојот на агробизнисот.

Кога го објаснивме процесот на нерамноправната распределба на природните ресурси низ светот и располагањето или нивниот недостиг во разни земји, дојдовме до заклучок дека некои народи повеќе се привикнале на одредени видови храна, а донекаде и на одредени видови агробизнис или дејности. Ова можеби го создава и впечатокот дека недостигот или доволната количина на некои суровини може да ни го вметне и занимавањето со одреден агробизнис. Се разбира дека располагањето со одредени ресурси и земјоделски производи е предност и олеснување за развојот на агробизнисот, но во реалноста наидуваме и на многу искуства кои го потврдуваат спротивното. Ова е резултат пред сè на меѓународната трговија, а делумно и на нивото на индустрискиот развој. Еве неколку примери во продолжение.

Бразил е најголемиот производител и извозник на кафе. Во 2009 година произведуваше околу 30 отсто од целокупното светско кафе. Ова се однесува на земјоделското производство и извозот на овој производ.¹⁰² Швајцарија е мала држава во центарот на Европа, со главно горско-планински терен. Таа не поседува природни услови за култивирање на кафе, ниту пак се стреми да преземе некој чекор за нејзиното култивирање во серии. Сето кафе за сопствената потрошувачка таа го увезува. Но, преку агробизнисот или обработката на кафето, таа стана земја, која извезува најголема количина обработено кафе со висок квалитет и ја има создадено најпознатата марка “NesCafe”, покачувајќи ја вредноста и вкусот на самото кафе. За да ја зголеми својата гама производи, таа на пазарот пуштила пакувања со различни дизајни од метал, каучук и хартија. И компаниите во другите земји, напреднале во обработката на кафе додавајќи му на кафето други состојки со цел да го направат што полесно за консумирање, како што е примерот со рецептите на кафе “3 во 1”, каде што се вклучени кафето, шеќерот и млекото во прав. За зголемување на вредноста исто така додаваат и други состојки, како што се лешникот, ванилата, чоколадото, и др.

Пченката е земјоделска култура, која расте во поголем број подрачјата во светот. Русија е голем произведувач на пченка. Но и покрај тоа, руските производи добиени од долготрајното брашно не се толку присутни на меѓународниот пазар, како што е случајот со италијанските макарони, бисквити, брзата храна, пиците. Кикиритките не се произведуваат во Македонија. Тие се увезуваат и се дел од состојките при производство на смоки “*Стиоби Флијс*”. Освен печењето и солењето кикиритки, агробизнисите во Македонија прават комбинации на кикиритките со мед и ги продаваат како нов посебен производ. Слични комбинации со мед има и кај останатите продукти од пченка, како што е случајот со марката “*Бонжииа*”.

Имаме и многу други примери за споредба, кои нема детално да ги опишеме. Доволно е само да научиме дека, недостатокот на суровините не може

¹⁰² United States Department of Agriculture (2009), “Coffee: World Markets and Trade”, Washington D.C: Foreign Agricultural Service.

да биде хендикеп за развојот на агробизнисот ако тие можат да се обезбедат со увоз. Се подразбира дека, ако ги имаше во земјата, нивната куповна цена ќе беше поевтина поради трошоците за превоз. Претприемачката иницијатива, креативноста и иновацијата во агробизнисот се значаен фактор во изнаоѓање начини за зголемување вредноста на земјоделските производи при нивната индустриска обработка. Ова е микроекономскиот аспект на влијание во развојот на агробизнисот.

На макроекономско ниво или на ниво на националната економија се испреплетени природните услови, нивото на развој и политиките кои ги следи државата за стимулирање на развојот на агробизнисот. Поволните природни услови за некои земјоделски култури се показатели кои го стимулираат основањето и развојот на агробизнисите, нарочито кога се гради една силна поврзаност помеѓу култиваторите и обработувачките компании. Капацитетите за чување и складирање на земјоделските производи даваат поголема можност за одржување на нивната обработувачка дејност за подолг период, минимизирајќи го сезонскиот ефект, кој влијае врз цените. Кога некои примарни производи, како што е зеленчукот, имаат краток циклус на култивација и сеидба, нивната цена на пазарот опаѓа значително, а во другите годишни времиња пак тешко се наоѓаат или се наоѓаат во мали количини кои чинат повеќе (пиперките, доматиите, зелката, лубеницата, јаболката, крушата, грозјето, јагодите, праската, и др.). За нив имаме две алтернативи. Како прво, да ги нудиме за продажба како свежи производи, што не е многу сигурно бидејќи не можеме да ја предвидиме побарувачката, а после кратко време се расипуваат, или директно да проследиме со нивна индустриска обработка продолжувајќи им го рокот на траење и вредноста (производство на црвениот бибер, џемот, виното, соковите или прав за сокови). Иако првата опција (конзум од прв вид) се препорачува поради позитивното влијание врз здравјето на луѓето, втората опција може да биде по исплатлива за компанијата и да има поголеми ефекти врз вработувањата и генерирањето на приходите, бидејќи влијае и врз побарувачката на други дејности (метал за конзервирање, хартија и најлон за пакување, пластична маса и стаклени садови).

Како што е случај кај имплементирањето на стратешкиот менаџмент, каде е потребно комбинирање на ресурсите за да се постигнат целите, така и кај макроекономските мерки за поддршка потребна е координација на условите со економските политики. Ваквите политики на поддршка кои имаат значајно влијание врз растот и развојот на агробизнисот се: кредитната политика за земјоделството, прописите за надворешна трговија, институциите за контрола на квалитетот на храната и мерките за заштита од болести (во земјата и надвор од земјата), субвенциите, донациите, движењето на глобалните цени, (влијае позитивно и негативно), порастот на урбанизацијата и бројот на населението, и други. Формите на нивното влијание беа прикажани погоре во рамки на овој дел на темата.

2.6.1 Анализа на агрегатната потрошувачка и привлекување нови потрошувачи

Потрошувачката има големо значење. Агрегатната потрошувачка е целокупната внатрешна потрошувачка во одреден временски период, и зависи од агрегатната побарувачка. Ова е една основна, но нејасна дефиниција. Агрегатната потрошувачка може да се мери и за само еден производ. Но во нашиот случај каде што имаме работа со земјоделството и агробизнисот, агрегатната потрошувачка може да се мери преку височината на потрошените приходи. Ова е полесно за проучување и мерење. Фактички, агрегатната потрошувачка е една од главните компоненти, и првиот фактор кој влегува во пресметувањето на БДП, заедно со инвестициите, владините трошоци и увоз-извозот или билансот на надворешната трговија. Во стандардната економска теорија, БДП се пресметува врз основа на следната формула:

$$GDP = C+I+G + (X-M)$$

Овде, нас повеќе нè интересира функцијата на потрошувачката, која е развиена од страна на John Maynard Keynes во неговото главно дело “*Општата теорија на вработувањето, каматната и парите*”. Кејнс ја пресметуваше агрегатната потрошувачка како општа потрошувачка во една економија, преку

оваа формула:¹⁰³

$$C = a + b(Y - T) \text{ или поедноставно како } C = c_0 + c_1 Y^d$$

каде:

C – потрошувачката (*consumption*);

c_0 – автономната потрошувачка или само потрошувачката, која треба да има вредност поголема од нула;

c_1 – Маргиналната наклонетост (склоност) кон потрошувачката каде што 0 треба да биде помала од c_1 и c_1 помала од 1;

Y^d = приходите што се расположливи за потрошувачка.

Потрошувачката е функција од приходите, што значи дека, со зголемувањето на приходите, расте и потрошувачката, но до едно маргинално или гранично ниво кога се стабилизира, независно од понатамошното зголемување на приходите. Ова полесно може да се објасни преку следниов хипотетички пример: “Ако примањата на еден потрошувач се 1000 евра месечно, тој за храна ќе потроши 300 евра. Кога доаѓа до покачување на примањата на 1500 евра, потрошувачот ќе има потреба од поголема количина и поквалитетна храна која кошта повеќе, и ќе потроши 450 евра. Ако се удвојат примањата на 2.000 евра, тој може да потроши и дополнителни 100 евра односно вкупно 550 евра. Ако приходите му се зголемат на 5000 евра, тој нема да продолжи прогресивно да ја зголемува потрошувачката”. Ова е причината зошто соодносот помеѓу порастот на примањата и потрошувачката е со нагорна линија, а потоа потрошувачката се стабилизира или достигнува една маргина без разлика колку ќе биде покачувањето на примањата.

Потрошувачката е зависна од производството бидејќи без производ не може да има потрошувачка и обратно. Хармонизирањето на овој сооднос го прави пазарот или побарувачката и понудата. Потрошувачката се дефинира и како последна фаза на производството. Таа може да се пресмета однапред. Имено, со

¹⁰³ Maynard, John Keynes (1936[1956]), Општа теорија за вработеноста, каматата и парите (*Opшта teorija zaposlenosti, kamate i novca*, Beograd: Kultura, s engleskog preveo Ratoljub Rodić).

порастот на населението, зголемувањето на приходите, расте и побарувачката односно потрошувачката. Со овој верижен ефект растат и можностите за агробизнисот и привлекувањето нови потрошувачи.

Агрегатната побарувачка се означува со “AD”, и таа претставува збир на индивидуалните побарувања во секој економски сектор, и се изразува со следнава равенка:

$$AD = C + I + G + (X - M)$$

Во пресметувањето на агрегатната побарувачка или општата потрошувачка има емпириски тешкотии. Тешкотиите се резултат на природата на однесувањето на потрошувачите и индивидуалните преференции, како и проблемот на агрегација на разните ефекти кои имаат нагласено влијание врз конзумот, но кои се манифестираат во разни форми како: количината на парите во промет, стапката на вработеноста и невработеноста, цените, долговите, задолжувањето и инфлацијата. Како и да е, кога ги поседуваме повеќето од овие податоци, може да дојдеме до општиот тренд на потрошувачката и новите потрошувачи. На краток рок, агрегатната побарувачка може да се мери со фиксните фактори на производството и врз нивна основа може да ја изнајдеме количината на стоката и услугите кои може да ги понудиме за продажба. На долг рок, сите фактори на производството (трудот, земјиштето, капиталот, технологијата) се променливи и варијабилни. Наместо да ја планираме можната побарувачка за конзум, овде треба да планираме за побарувачката за замена на условите на производство. Емпириските анализи за агрегатната побарувачка и понуда во случајот на Македонија ќе ги прикажеме подоцна. Во продолжение ќе ја испитае агрегатната понуда и начините како се постигнува зголемувањето на продажбата.

2.6.2 Анализа на актуелната агрегатна понуда и начини за зголемување на продажбата

Агрегатната понуда се дефинира како агрегатна побарувачка но од другата страна –страната на добавувачите – што значи износот на понудените стоки и

услуги за одреден период со дадени цени. Кривата на понудата има позитивен наклон во соодносот меѓу цените и количините на стоките и услугите. Количината на понудените производи може да се искористи како стратегија за зголемување на продажбата. Ова може да се постигне на следниве неколку начини:

Стратегијата однесување на компанијата. Ова е начинот, на кој дејствува компанијата за да влијае врз бизнис-окружувањето, со цел зголемување на добивките преку зголемување на продажбата. Средината ги опфаќа сите фактори на пазарот кои делуваат самостојно или поврзано (цена, количина, однесувањето на потрошувачите, конкуренцијата, производствената технологија на секоја фирма и нивните трошоци). Манипулирајќи на пазарот, компанијата може да биде во можност да влијае и да диктира одредени услови на пазарот во однос со неговите ривали. Таквото однесување може да биде некооперативно, во случаи кога компанијата превзема дејности за подобрување на својата позиција према ривалите, и кооперативна, во случаи кога ги координира дејностите со други фирми за да го ограничи влијанието на конкуренцијата, ако забележува дека таквите дејствија носат зголемена продажба.

Граничните цени. Тие се имплементираат во случаи кога понудената цена и количина не претставуваат доволна побарувачка за профитабилен влез на другите компании на пазарот. Влезот на новата компанија подразбира дека постојната компанија нема да ја промени произведената количина, така да побарувачката на пазарот ќе биде рамноправна за постојната компанија плус за ново влезената компанија. Оваа додатна количина може да влијае врз опаѓањето на цените на пазарот и да ја намали продажбата на постојната компанија.

Инвестиции во производството со помали трошоци. Трошоците се главниот фактор за продажната цена на производите. Тие исто така ја одредуваат и конкуренцијата помеѓу компаниите. Горенаведеното може да се постигне преку два главни методи. Прво, преку инвестирање во истражување и развој за долгорочно намалување на трошоците, и второ, намалувајќи ги трошоците применувајќи ја практиката учење преку делување. Во првиот случај компанијата

која инвестира заостанува на пазарот, но смета да добие предност долгорочно, и да ги победи конкурентите зголемувајќи ја продажбата со пониски цени. Во другиот случај, компанијата добила искуство од учењето преку делување и се наоѓа чекор понапред од компаниите кои влегуваат на пазарот, на кои им е потребно да поминат низ фазите кои ги поминала постојната компанија.¹⁰⁴

Се гледа дека порастот на продажбата им зависи од истовременото влијание на внатрешните фактори (во компанијата) и на надворешните фактори (средината или условите на пазарот). Надворешната средина ги содржи следниве фактори: клиентите, снабдувачите, конкурентите, политичко-легислативната, технолошката, социјално-културната, локалната, меѓународната и глобалната средина.¹⁰⁵ Секој од овие фактори влијае на начините на зголемување или намалување на продажбата. Политичко-легислативната средина ја претставува улогата на владата во креирање на инфраструктурата, на законите и стандардите во земјата каде што делуваат бизнисите. Во начело горенаведеното треба да биде исто спроведливо за секого. На бизнисите им преостанува да изнајдат начини на сопствено делување за сопствените интереси во овие рамки. Меѓународните фактори со нивните стандарди влијаат како врз националната економија на една држава, така и врз месните компании, а често пати видливо ги наметнуваат своите стандарди. Големите мултинационални компании може да заземат позиција и да станат конкурентни, дури и да создадат монополи и на пазарите во странство. Најтипични примери во прехранбената индустрија се *McDonald's*, *Coca-Cola*, *Nestle*, и многу други.

2.6.3 Зголемување на риптамот на продажбата во агробизнисот

За еден одржлив бизнис, зголемувањето на продажбата не треба да биде моментално туку постојано. Како и во секој бизнис, така и кај агробизнисот компаниите имаат свој животен циклус, почнувајќи од основањето, растот,

¹⁰⁴ Carlton, Denis W. and Perloff, Jeffrey M. (2000), *Modern Industrial Organization*, 3rd ed., New York: Addison- Wesley.

¹⁰⁵ Керчини, Дука и Луга, Еда (2009), Основните на бизнисот, Тирана; (Kërçini, Donika dhe Luga, Ede (2009), *Bazat e biznesit*, Tiranë).

зрелоста, и падот, иако самата природа на агробизнисот е малку поинаква од онаа на другите бизниси на кои им треба револуционерност на производите, особено на бизнисите, кои се занимаваат со производство на технолошки производи. Потрошувачите можат да исфрлат одреден индустриски производ или потполно да се воздржат од него, како на пример машината за пишување, но тие не можат да живеат без консумирање храна. Тука е и предноста на агробизнисот. За волја на вистината, и индустриските гиганти може да одат во стечај и згаснат ако нивните производи не се барани како резултат на замена на производите или нивното застарување, но “Кока-кола” како компанија и како производ останала речиси иста и со постојан тренд на пораст од денот на основањето во 1886 година па сè до денес, а сигурно и во иднина. Овој и многу други примери за агробизнисот ја предизвикуваат па дури можеби и ја отфрлаат стандардната теорија за животниот циклус кој бизнисот го поминува од основање па сè до неговото затварање.

Темпото на продажбата се диктира и може да се планира преку голем број фактори и гледишта. Во основа, компанијата може да ги избере следниве три главни ориентации: а) ориентацијата кон производството; б) ориентирањето кон продажбата; и в) ориентирање кон потрошувачот. Ориентацијата кон потрошувачот се идентификува и со концептот на маркетингот, кој според функцијата е посложен од ориентацијата кон производството и ориентацијата кон продажбата. При ова, компанијата ги идентификува потребите, желбите и барањата на потрошувачите, и го приспособува својот бизнис со цел задоволување на тие барања. Компанијата треба да применува стратегија која во себе ги вклучува следниве четири главни начела на маркетингот:¹⁰⁶

- 1) Мисијата на претпријатието е да ги задоволи потребите на одредена група потрошувачи;
- 2) За примена на начелото број 1), потребна е активна програма на полето на истражувањето на пазарот, производите, дистрибуцијата, цените и промоцијата;

¹⁰⁶ Реџа, Неџми и Решиди, Наил (1998), Основи на маркетинг, Приштина; (Rexha, Nexhmi dhe Reshidi, Nail (1998), *Bazat e marketingut*, Prishtinë: Riinvest & Rexha Marketing Science Services).

- 3) Свкупната дејност на претпријатието треба да се насочи кон потрошувачот и да биде во интегрална функција на маркетингот;
- 4) Компанијата смета дека со задоволување на барањата на потрошувачите создава поголема лојалност кон нив.

Порастот на динамиката на продажбата може да се постигне со имплементирање на една национална стратегија за промоција, која се постигнува со различни средства кои можат да го поттикнат купувањето на производите. Промоцијата се врши преку овие средства:¹⁰⁷

- регрутирање агенти,
- именување дистрибутери
- аранжманите за “*Joint Venture*”;
- продажба на мало;
- електронска трговија и договори, и
- лиценцирањето.

Регрутирањето агенции му овозможува на претпријатието географско распространување на неговите производи и услуги, преку именување претставници за промоција на бизнисот и за нови нарачки. Важно при ова именување е да се избере агент со голема репутација, пристапот во продажните канали и височината на бараната провизија (такса). Не случајно престижните компании избираат агенти кои се по професија надвор од маркетингот (пејачи, глумци, спортисти) но нивното влијание при промоцијата е многу големо, но и скапо. На пример, компанијата “*Pepsi Cola*” во 1985 година, за промоција на нејзините производи имаше ангажирано една ѕвезда на поп музиката Мајкл Џексон), и во 1986 година продажбата на Pepsi за првпат во историјата беше поголема од *Coca-Cola*, или во времето кога “*Coca-Cola*” ја прославуваше 100 годишнината од нејзиното формирање. Таквата промоција се вршеше преку концерти каде се собираа стотици илјади луѓе, кои истовремено беа потрошувачи на безалкохолни пијалаци.

¹⁰⁷ Caribbean Export Development Agency (2007), *Export Marketing: How to Prepare to Export Successfully and Promote Your Company Through Trade Fairs*, Belize: Innovative Project Solutions Ltd.

Именување дистрибутери исто така му овозможува на претпријатието географска распространетост на неговите производи и услуги. Тука се има предвид ангажирањето на некој дистрибутер со докажано искуство или специјализиран дистрибутер. Исто така, во предвид се има и неговиот пристап кон пазарите и дистрибутивните канали за продажба на мало.

Аранжманиите за “Joint Venture” (заеднички потфат) претставуваат стратешки алијанси помеѓу фирмите кои се базирани врз заеднички инвестиции, финансирања или други ресурси. Преку овие партнерства се создаваат услови за трансфер и размена на експертизите, технологијата, интелектуалната сопственост, и олеснетиот пристап за влез кон странските пазари, со цел за взаемна корист на компаниите, кои влегуваат во вакви аранжмани.

Продажбата на мало е алтернатива за создавање присуство на странските пазари. Овој вид продажба е специјализиран и бара знаење за бизнис-амбиентот на одредената земја, законодавството (вклучувајќи ги законите за работење и условите за добивање лиценци), како и за навиките при купување според културата на тоа место.

Трговијата и електронските договори го вклучуваат глобалното присуство преку интернет страниците. Интернетот го нуди 24 часовниот потенцијал, каде што можат да се направат барања, понуди, електронски уплати, и служи како простор, каде може да се најде поголемиот дел од потребните информации (*One Stop Shop*). Постојат и модели за интегрирање на електронската трговија во теоријата на извозниот маркетинг, како што е таа на авторите Karavdic и Gregory.¹⁰⁸

Лиценцирањето е поврзано со авторизираната пракса од сопствениците на интелектуалните права, како што се патентите, трговските марки, индустриските дизајни, и др., за да им дозволи на корисниците на овие права да ги употребат

¹⁰⁸ Karavdic, Munib and Gary Gregory (2005), “Integrating *e-commerce* into existing export marketing theories: A contingency model”, *Journal of Marketing Theory*, Vol. 5, No. 1, pp. 75-104, f. 77-78.

истите според предвидените услови за одредена компензација за издавањето на лиценците.

Организационите фактори на зголемување на продажбата може да се поделат на две сили: носителот на одлуките и креаторот на одлуките. Така, високите менаџери кои креираат одлуки за влез на странски пазар треба да поседуваат знаења за пазарот кон кој се стремат. Некои посебности кои влијаат позитивно врз интернационализацијата на бизнисот во продолжение се опишани како:

Честитите патувања и искусноста надвор од земјата. Менаџерите кои често патуваат во разни земји се поспособни за воспоставување односи со странските менаџери или со бизнис партнерите. Значи, тие имаат тенденции за привлекување и договарање со менаџерите од различни култури.

Познавање странски јазици. Бројот на странските јазици кои ги зборува високиот менаџер претставува индикатор кој го покажува неговиот интерес во меѓународните активности. Менаџерите кои зборуваат повеќе јазици имаат тенденција за патување во странство, што им овозможува да воспостават социјални и бизнис контакти, како и подобро разбирање на странските бизнис практики. Значи, познавањето на странските јазици му овозможува на менаџерот да постигне договори со менаџерите на странските компании.

Носителот на одлуки. Менаџерите кои се родени или живееле во странство може да се водат од опасностите на странските пазари. Така на пример меѓународното искуство им овозможува на менаџерите полесно да ги преземат првите чекори на странските пазари.

Личните карактеристики. Менаџерите со високи лични амбиции имаат поголема тенденција за меѓународно промовирање отколку менаџерите со ниски лични амбиции.

Според Џон Данинг, постојат четири мотиви за инвестирање во една странска држава, вклучувајќи ги тука:

Пребарувањето природни извори. Една компанија може да бара да инвестира во некоја земја, со цел да ги користи нејзините природни извори;

Пребарување на пазарот. Една компанија може да бара да инвестира во странска држава, со цел да послужи поголем пазар за надминување на постоечките препреки, значи да извезува во друга земја и да биде поблиску до потрошувачите.

Зголемување на ефикасноста. Една компанија може да бара да инвестира во странство за да ги намали трошоците преку интегрирање на меѓународните активности или ослободување работни места.

Стратешкото пребарување на бојатствата. Една компанија може да бара да инвестира во странство за да добие важни извори на знаење, за да донесе новини или да ги научи преференциите на потрошувачите во разни земји.

2.7. Развојот на руралниот туризам (агротуризмот) и неговото значење за агробизнисот

Туризмот воопшто претставува економска дејност која привлекува посетители и генерира приходи. Руралниот туризам е нова дејност или гранка во склоп на земјоделството и руралниот развој, која се стреми да делува како поттикнувачка сила и да даде придонес за руралниот развој. Освен тоа, руралниот туризам се разликува од општиот туризам не само според фокусот, туку и по формата на имплементирање. Една дефиниција за агротуризмот е поврзана со земјоделската дејност, која се применува во руралните зони и привлекува посетители. Некој друг може да го смета за екотуризам, со исклучок дека не се работи за посета на природните убавини туку повеќе со запознавање на формата на организирање на културата и биодиверзитетот.¹⁰⁹ Во некои развиени држави како што се САД, Италија, Хрватска, Канада, Австралија, агротуризмот претставува дејност каде што посетителите ги посетуваат и се сместуваат во руралните зони и фарми, и се занимаваат со земјоделство и агробизнис во текот на нивниот престој.

¹⁰⁹ Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (2002), 'Agro tourism and agriculture diversity' Working paper, Berlin: GTZ.

Развојот на оваа гранка на туризмот станува дел од земјоделството и агробизнисот. Предностите на неговиот развој се тродимензионални. Како *прво*, посетителите се запознаваат со земјите од кои можат да увезат сировини кои се произведуваат во тие земји, а за кои порано немале сознанија. Како *втора*, додека престојуваат како туристи, тие учат разни занаети и локални техники за обработка на храната, а таквото искуство можат да го пренесат во нивните компании. И како *трето*, руралниот развој овозможува зголемување на трансакциите и размената помеѓу туристите и домаќините, влијаејќи на тој начин врз порастот на економската благосостојба.

За развој на агробизнисот се потребни инвестиции и стимулативни земјоделски политики. Во земјите во развој се сретнува многу мал обем на агротуризмот иако голем број од тие држави имаат природни убавини и атрактивни места за посета. Како што спомнавме, агротуризмот не се сведува само на посета, туку занимавање со дејност во местата кои се посетуваат. Условите за развој на оваа дејност се поврзани со добрата транспортна мрежа, стабилната политичка и безбедносна состојба, гостопримливоста на локалното население, и подготовка на прирачници со потребните информации во склоп на националната стратегија.

2.8. Глобалниот развој на земјоделскиот сектор и неговото значење во агробизнисот

Постојат разни ограничувања поврзани со терминот глобализација кои се обработени од разни автори. Сè што може да се разбере од овој термин е поврзано со создавањето тесни врски помеѓу народите во светот. Така, според нобеловецот Џозеф Штиглиц: *“Глобализацијата е пошесна интеграција на земјите и народите во светот, намалување на трошоците за превоз и комуникација, кршење на артифициелните брчки на трговијата на стоките, услугите, знаењето, капиталот, преку границите.”* Истоимениот автор има упатено низа критики кон начинот како се одвива глобализацијата и нарушувањата настанати од неа.

Неговата книга *Globalization and Its Discontents* (Глобализацијата и несогласувањата околу неа) е преведена на повеќе од 40 светски јазици и прерасна во најпродавана книга¹¹⁰. Тука им се упатуваат критики посебно на меѓународните финансиски институции со масовно влијание врз светските економски текови, како што се: *Меѓународниот монетарен фонд* (ММФ) и *Светската банка*. Заклучокот кој го донесува Штиглиц е дека глобализацијата претставува позитивна економска сила, но начинот како таа се реализира од страна на некои големи развиени земји и од меѓународните институции, покрај бенефициите, носи и многу штети, посебно за земјите во развој.

Глобалниот развој на земјоделството и агробизнисот прерасна во висок приоритет, а истовремено и предизвик. Како што разбравме досега, причина за ова е големиот притисок од порастот на населението, урбанизмот, намалувањето на природните ресурси, порастот на цените и интензивирањето на кризата за храна во некои делови на светот. Светот се обидува да му одговори на овој предизвик на многу начини, но резултатите не се задоволителни.

Вистината за глобализацијата од различни перспективи, како што наведува Легрен, се состои во фактот дека постојат неколку недоразбирања во врска со неа, а токму тоа може да е и причината зошто многу луѓе нејзе ја гледаат со страв. Имено, глобализацијата е процес, а не дестинација. Укинувањето на државните граници нема да се случи, ниту пак ќе запре нелегалната имиграција независно од тоа колку се контролирани границите. Но, колку повеќе се движат парите, стоката и луѓето во правилна форма, толку позависни ќе станат државите, компаниите и потрошувачите. Во овој правец, глобализацијата придонесува за пораст на економската благосостојба на светско ниво, и сè поголем пораст на ниво на самите држави. Како добар пример за горенаведеното е брзиот економски развој на Кина, чија економија зависи во голема мера од увозот на нафта и извозот на производи со ниски цени. Овој пример ги отфрла многуте тврдења дека големите компании експлоатираат и ги прават зависни многу земји во развој. Економската глобализација овозможи мобилизација на многу ресурси и сировини во светот. Да

¹¹⁰ Stiglitz, Joseph (2002), *Globalization and its Discontents*, London: Penguin Books.

не доаѓа кафето од Бразил, бананите од Еквадор, портокалите од Шпанија, потрошувачите од земјите каде не се култивираат овие производи ќе плаќаа висока цена за нив доколку не постоеше глобализацијата, која претставува процес на создавање меѓузависност во економскиот свет.¹¹¹

Денес луѓето од целиот свет се поврзани еден со друг повеќе од кога и да е. Информациите и капиталот течат многу побрзо од порано. Договорите за слободна трговија се стремат да опфатат што е можно повеќе држави.¹¹² Така, производите и услугите од еден крај на светот се секогаш присутни и можни на сите останати страни на светот. Меѓународните патувања се почести во последно време, секако и со процесот на либерализацијата на визниот режим за земјите од Југоисточна Европа. Сите овие феномени и процеси беа носители на глобализацијата.

Глобализацијата во 1990-те години имаше длабоко влијание врз секое гледиште за светот на бизнисот. Компаниите денес можат да ги дофатат клиентите низ целиот свет, имајќи пристап до секој потрошувач поединечно, намалувајќи го притоа и оперативното чинење во глобален размер.¹¹³ Во текот на последните две децении, економската активност станува сè по интегрирана и глобално ориентирана. Во последно време фокусот на интегрирање на меѓународните економии е базиран врз желбата за еден слободен глобален пазар со што е можно помалку трговски бариери, овозможувајќи вистинска конкуренција преку границите. Меѓународните економски институции, како што се Светската трговска организација (СТО) и Меѓународниот монетарен фонд (ММФ), имаат за цел да го олеснат протокот на производите, информациите и капиталот. Организациите, како што се Северно-американската асоцијација за слободна трговија (НАФТА), Европската унија (ЕУ) и Здружението на народите на Југоисточна Азија (ASEAN) работат во правец на економската интеграција во рамки на нивните географски региони.

¹¹¹ Legrain, Philippe (2002), *Open World: The Truth about Globalization*, London: Abacus.

¹¹² Plepys, A. (2002), "Implications of Globalization and New Product Policies for the Suppliers from Developing Countries", *Journal of Electronics and the Environment*: f. 202-208.

¹¹³ Clark, G. (1998), "Technology, Globalization and Economic Performance", *The Journal of Economic History* 58:

ГЛАВА III - ОПШТ ПРЕГЛЕД НА АГРОБИЗНИСОТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Во оваа поглавје подетално ќе се задржиме на агробизнисот во Република Македонија, прикажувајќи ги поблиску профилот, местото и значењето, што овој сектор ги има во економијата, како и неговите специфичности како дел од економијата во целина. Предностите и недостатоците веќе беа прикажани од теоретски аспект, па затоа сега ќе се фокусираме на конкретниот случај на Република Македонија. Имено, по идентификувањето на предностите и предизвиците, ќе ги прикажеме можностите и перспективите на структурната организација на агробизнисот. Користејќи ги теоретските основи на менаџментот во агробизнисот, следниот дел го опфаќа планирањето и развојот на агробизнисот, како и менаџирањето и промените во организациската култура. Со цел заокружување на општиот преглед на агробизнисот, последниот дел од ова поглавје се однесува на ресурсите за поддршка на агробизнисот во Република Македонија.

3.1. Местото и улогата на агробизнисот во македонската економија

Според економски раст, Република Македонија се рангира меѓу последните во Европа. Истовремено, и во однос на *GDP per capita* таа е исто така меѓу земјите на најниско ниво. Ваквата структура на низок развој делумно се должи на влијанието на факторите во минатото. Имено, со распадот на поранешна СФР Југославија се изгуби поголемиот дел од пазарите во другите поранешни југословенски републики. Некогашните партнери се пренасочија кон други добавувачи и по либерализацијата на трговијата пазарите во нивните земји беа поплавени од увоз. И Република Македонија, ќе се изложи на овие влијанија и увоз, каде што предизвикот сега не е како да се пробие на странските пазари, туку

и како да се одржи конкуренцијата на локалниот пазар.

Во услови на економска стагнација за време на тешките години на транзиција (1990-2000) големо влијание имаа и санкциите на Организацијата на обединетите нации (ООН) против поранешната Федеративна Република Југославија, која беше главен трговски партнер, како и економската блокада на Грција во 1996 година. Постабилниот економски раст почна од 2000-та година наваму, со некои варијации во стапката на раст. Следната табела (Табела бр. 3.1) дава преглед на општите економски показатели за периодот од 2007 до 2012 година, каде се прикажуваат и некои податоци за секторот земјоделство и агробизнис.

Табела 3.1: Основни економски показатели во Република Македонија (во милиони \$, освен кога е наведено поинаку)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Население (во милиони)	2,0	2,0	2,0	2,0	2,1	2,0	2,0
Бруто домашен производ (БДП), пораст во %	4,1	3,7	5,1	5,0	-0,9	1,8	3,0
БДП по глава на жител (во \$)	29.062	31.860	38.361	3.280	3.265	3.356	“_“
Стапка на невработеност, во %	37,3	36,0	34,9	33,8	32,2	32,1	31,4
Потрошувачки цени (годишен просек, промена во %)	0,5	3,2	2,3	8,4	-0,8	1,5	3,9
Девизен курс (Ден. во \$)	51,7	46,5	41,7	41,9	44,1	46,5	44,2
Тековна сметка (во мил. \$)	-157,9	-56,4	-248.1	-862	-457	-150	-201
Трговски биланс (во мил. \$)	-1.063.0	-1.285.0	-1.627.0	-1.763	-1.560	-1.468	-1.682
➤ Извоз	2.040.6	2.396.3	3.349.5	2.693	1.933	2493	3.179
➤ Увоз	3.103.6	3.681.2	4.976.5	-4.455	-3.492	-3.961	-4861
Надворешен долг - резерви (во мил. \$)	9.517	5.454	5.446	“_“	“_“	“_“	“_“
Надворешен долг /БДП (во %)	39,1	37,8	36,3	49,2	56,4	59,9	66,7

Забелешка:

“_“ нема податоци.

Монетарните показатели од 2008 година се во €.

Извор: За 2005-2007 година, EBRD, *Transition Report: Growth in Transition*, EBRD, London, 2008.

За 2008-2011 година, International Monetary Fund – IMF (2012), Former Yugoslav Republic of

Во текот на шесте години прикажани во Табелата бр. 3.1, економијата во Р. Македонија забележува постепен пораст. Но, овој пораст беше недоволен за подобрување на целокупната структура на економијата, што се гледа преку сè уште високата стапка на невработеност, негативното салдо на надворешната трговија и зголемувањето на цените. Позитивна промена може да се забележи во намалувањето на надворешниот долг како во апсолутна смисла така и во однос на БДП. Зајакнувањето на девизниот курс на денарот исто така придонесе за влошување на трговското салдо. Просечната плата во 2007 година изнесуваше 255 €, а во земјоделството просечната плата во 2011 година изнесуваше 250€.¹¹⁴

Република Македонија е чувствителна на економските случувања во Европа поради интензитетот на трговските врски, регионалната интеграција и напредокот кон членството во ЕУ. Во септември 1991 година, Македонија беше најмалку развиена земја од сите поранешни југословенски републики (Словенија, Хрватска, Србија, Босна и Херцеговина) со само 5% производство во вкупниот износ на добра и услуги на поранешната Федерација. Распаѓањето на Југославија ги прекина трансферите на средства од централната власт (од Белград) кон Македонија, и ги елиминира предностите од вклучувањето во *de facto* слободна трговска зона. Во отсуство на поразвиена инфраструктура, санкциите на ООН врз Југославија и економското ембарго од Грција за спорот околу уставното име на земјата, го успоруваа економскиот развој на државата до 1996 година. По овој период, Македонија ја одржува макроекономската стабилност со ниска стапка на инфлација, но заостанува во привлекувањето странски инвестиции и креирање работни места, и покрај тоа што постигна големи фискални реформи и во секторот на агробизнисот. Официјалната стапка на невработеност од 31,2% и понатаму е висока, но таа може да е преувеличена со оглед на големото присуство на сивата економија, која се движи помеѓу 20%-45% од БДП, значи економска активност која сè уште не прикажана од официјалните статистики.

Во почетокот на глобалната економска криза, Македонија доживеа пад на

¹¹⁴ State Statistical Office of the Republic of Macedonia (2012), *Macedonia in figures 2012*, Skopje, p.38.

странските директни инвестиции, се забележа намалена достапност до кредити и продлабочување на трговскиот дефицит. Сепак, како резултат на конзервативната фискална политика и здравиот финансиски систем, макроекономската стабилност е одржувана со мудра монетарна политика и релативно стабилниот курс на денарот во однос на еврото. Во 2010 и 2011 година, Македонија имаше скроман позитивен раст на БДП, а инфлацијата се држеше под контрола. Најновите податоци од Заводот за статистика на Македонија покажуваат дека во целина, производството во 2012 година опаднало за 6,6 % споредено со 2011 година.¹¹⁵ Ова може да се случи како резултат на зголеменото учество на секторот на услугите кои во развиените земји доминираат значително во формирањето на БДП, но покрај сè, овој пад на производството во Македонија настана како резултат на финансиската криза од 2007-2008 година и тешкотиите при реализацијата на стоки на домашниот и странскиот пазар.

Македонија, од почетокот на владеењето на Отоманската империја, речиси секогаш била претежно земјоделска земја. Таа главно се фокусира врз земјоделскиот развој, додека за време на самоуправниот социјализам, фокусот на економијата се пренасочи од земјоделството кон индустријата. Македонија постигна многу задоволителни резултати што се однесува до текстилните производи во Отоманската империја но се користеа застарени техники за производство на стоки.

Таа зафаќа површина од 25,713 km². Според состојбата во 2010 година, околу 39 проценти од вкупната површина, или 1.010.000 хектари, е земјоделско земјиште, каде што речиси половина од земјиштето е обработливо, а другата половина се користи за одгледување различни култури (овоштарници, лозови насади и ливади) и постојани пасишта. Околу 37% зафаќаат шумите и планините, додека остатокот вклучува езера и урбани средини кои не се користат за директни земјоделски цели. Поголемиот дел од земјоделското земјиште се обработува. Структурата на земјоделскиот сектор се карактеризира со мали фарми, претежно

¹¹⁵ Jakov Marusic, Sinisa (2013), Macedonia's Output Drops for Entire Year, BIRN, Skopje, <http://www.balkaninsight.com/en/article/macedonian-industrial-output-drops-for-entire-year>.

во приватна сопственост. Околу 80% од вкупното обработливо земјиште е под приватна сопственост, фрагментирани на парцели, со просечна големина од 2,5-2,8 хектари. Поголемиот дел од пасиштата е сè уште под државна сопственост и се менаџира од *Јавното претпријатие за стопанисување со пасишта*. Речиси половина од населението живее во рурални средини, каде што земјоделството претставува нивна главна активност.¹¹⁶

Примарното земјоделско производство (особено зеленчукот) одигра важна улога во извозот на пиперки, домати, лубеници, краставици, во другите републики на поранешна Југославија. По распадот на Југославија, следеше и распаѓањето на заедничкиот пазар.

Потрошувачите, како и одгледувачите кои извезуваа, се реорганизираа, така што Македонија ги изгуби овие пазари. Се создадоа нови проблеми при адаптацијата кон новите околности и барањето алтернативни пазари. Дури и преработувачката индустрија и стопанствениците од агробизнисот трпеа доста негативни последици како резултат на распадот на југословенскиот пазар. Трендот и перспективите на земјоделството и агробизнисот може да ги следиме од неколку точки на посматрање во текот на годините. Како *прво*, производството и продуктивноста на земјоделските култури (примарното производство); *втора*, структурата на производството и увоз-извозот на финалните производи од агробизнис секторот (не вклучувајќи ги полупроизводите), и трето, вредноста што ја создаваат во рамките на националниот доход или БДП.¹¹⁷

¹¹⁶ European Commission (2011), The former Yugoslav Republic of Macedonia- Agriculture and Enlargement, European Commission, Brussels, http://ec.europa.eu/agriculture/enlargement/countries/fyrom/profile_en.pdf.

¹¹⁷ Полупроизводите не се вклучени во пресметките, не поради тешкотиите при нивното разбирање, туку поради можноста за двојно пресметување на нивната вредност. На пример, брашното е финалниот производ од пченица за мелницата, но за агробизнисот е суровина, од која може да се направи тестенини, и овие потоа се обработуваат во различни форми како храна за јадење. Значи постои проблемот на долг синџир од неколку основни производи до оние финални.

Табела 3.2: Производство на некои земјоделски култури во Р. Македонија, изразено во тони, а приносот во килограми по хектар (во загради)

	2006	2007	2008	2009	2010
Пченица	293.326 (3.010)	218.076 (2.402)	291.719 (3.414)	271.117 (3.076)	243.137 (3.044)
Пченка	147.494 (4.649)	118.378 (3.836)	127.125 (4.099)	154.237 (4.751)	129.045 (4.508)
Шеќерна репка	415 (59.286)	7.852 (32.579)	“_”	“_”	“_”
Сончоглед	6.016 (1.620)	3.579 (1.021)	5.444 (1.171)	7.774 (1.879)	7.592 (1.884)
Тутун	25.036 (1.436)	22.056 (1.287)	17.087 (1.001)	24.122 (1.355)	30.280 (1.492)
Грозје*	254.308 (2,9)	209.701 (2,7)	236.834 (3,0)	253.456 (3,4)	253.372 (3,3)

* Индикаторите во заграда го прикажуваат приносот

Извор: Статистички годишник, Р.М. (2011), Годишен извештај земјоделство и рурален развој, Статистички годишник Р.М., Скопје, стр. 81-82.

Податоците во Табела 3.2. покажуваат бројни пораста и падови на различните култури во текот на годините. Намалувањето на производството на жито во текот на последните две години делумно е резултат на сушата што преовладуваше во овој временски период како и на глобалната финансиска криза. Намалувањето на површината засеана со пченица во 2010 година исто така влијаеше врз намалувањето на обемот на производство. Сушата, како што спомнавме и во претходното поглавје, преовладуваше во поголемиот дел од земјите кои што произведуваа жито. Некои од нив, како Русија и Србија, имаа воведено привремени квоти за висината на житото кое може да се извезува, поради страв дека тоа може да предизвика недостаток и како последица на тоа зголемување на цените во земјата. Сепак, најголемиот пад на производството на жито и на сите култури прикажани во Табелата бр. 3.2 како по обем така и по принос, беше забележано во 2007 година. Причината за овој пад беше сушата и многубројните пожари.

Површините засадени со шеќерна репка не беа толку директно погодени, па така приносот на оваа култура беше значително зголемен во 2007 година. Сепак, оваа култура, која не се извезуваше туку се обработуваше во земјата,

престана со нејзиното производство во наредните години поради конкуренцијата од увоз на шеќер и моменталното нефункционирање на фабриката за шеќер во Битола. Најголем пораст на производство имаат цигарите, и покрај напорите за ограничување на нивното користење. Додека горенаведените податоци ни дадоа површински преглед на состојбата на некои клучни земјоделски култури од кои зависи и развојот на агробизнисот, обемот и структурата на увозот и извозот на истите нуди дополнителни детали. Според класификацијата во трите главни сектори на економијата (индустрија, земјоделство и други услуги), во структурата на увозот во 2008 година главно доминираа производи од индустрискиот сектор со 92,3%, и овој процент остана приближно непроменет и во текот на следните години. Но, вкупниот извоз во овој сектор забележа раст од 3.684.743.000 \$ во 2008 година на 4.109.591.000 \$ во 2011 година, што претставува зголемување од 10,3 %. Учеството на земјоделството во вкупниот извоз се зголеми од 5,7% на 6,0% во текот на 2008-2011 година, додека во 2010 година достигна учество од 6,8%. Ако се проценува стапката на раст на извозот од овој сектор, се забележува пораст од околу 15%, што значи повисока стапка од онаа на извозот во индустрискиот сектор. Што се однесува до увозот, исто така доминира индустријата со учество од 95-96%, а земјоделството со 2,3%. Динамиката на раст на извозот на земјоделските производи е помала од растот на извозот.

Како што беше наведено претходно, Р. Македонија има голем трговски дефицит. Во однос на земјоделството, трговскиот биланс во Македонија е позитивен и се движи на ниво од 35.3% во 2008 година, 44,7% во 2010 година и 38,8% во 2011 година.¹¹⁸ Само во земјоделскиот сектор, билансот на надворешната трговија имаше највисока позитивна стапка, што укажува на улогата на овој сектор и неговите перспективи ако се поддржува неговиот развој.

Постојат и многу други аспекти за подобро да се разбере местото на земјоделството во економијата и развојот на агробизнисот во Р. Македонија, но оваа секција ќе заврши со горенаведениот трет фактор, т.е. колку земјоделството

¹¹⁸ Државен завод за статистика на Република Македонија (2012), Македонија во бројки, Скопје.

придонесува за генерирање приходи и создавање нови работни места. Според официјалните податоци, во 2009 година земјоделството придонесе со 9,7% во вкупните приходи, кои следната година пораснаа на 10,1%. Во рок од една година (2009-2010), стапката на раст на учеството беше 8,9%, што значи повисока стапка во однос на стапката на другите сектори.¹¹⁹

Во текот на последниве години, цените на храната и земјоделските производи претрпеа одреден пораст. За да се поддржи овој заклучок треба да се разгледаат податоците од Индексот на потрошувачките цени (*CPI* –Индекс на трошоци на живот), кој ги мери промените во нивото на цените за стоки и услуги купени од страна на домаќинствата или инаку позната како "потрошувачка кошничка".

CPI обично се пресметува од месечните податоци како пондериран просек од различните компоненти на потрошувачката, како што се храна, вдомување, облека. Во периодот од 2003 до 2011 година, каде првата година се зема како основа 100, *CPI* имаше тренд на пораст, кој достигна 120. *CPI* имаше благ пораст и во првиот дел на 2013 година; во април (во споредба со март) се зголеми за 1,3%, каде што над нивото на вкупниот просек се храната и безалкохолните пијалаци со 3,1%, алкохолните пијалаци и тутунот со 2,5%, комуникацијата со 1,9%, додека под нивото на вкупниот просек се рекреацијата и културата со 0,6%, здравјето со 0,2%, и водата, електричната енергија, гасот и другите горива со 0,1%.

CPI во земјоделството во месец април 2013 година се зголеми за 3,7% во групата на инпути, а се намали за 5,0% во споредба со истиот месец минатата година. Во споредба со истиот период, стоките потрошени од страна на земјоделскиот сектор се зголемија за 3,9%; инвестициите во земјоделството останаа исти (на ниво 100 или 0,0%); за житото беше 93 (што значи пад од 7%); и за млечните производи се зголеми за 1,3%.¹²⁰

На крај, може да се заклучи дека, дека улогата и местото на агробизнисот во економијата на Р. Македонија се очигледни, а ова се забележува од придонесот

¹¹⁹ *Ibid*, *суп.* 24.

¹²⁰ Државен завод за статистика на Р.М. (2013), Индекси на цените на мало и на трошоците на животот, се наоѓа на веб страницата <http://www.stat.gov.mk/PrikaziSooptenie.aspx?rbtxt=38>, посетена на ден 06.07.2013 година.

на земјоделството во генерирањето приходи, вработувањето и трговијата. Имено, иако со помал придонес во споредба со повеќето други активности, земјоделството и агробизнисот сепак забележуваат значителен растечки тренд.

Надворешната трговија со земјоделски производи има позитивен биланс, каде што извозот го надминува увозот. Ова има две значења во форма на хипотези, кои подетално се анализирани во рамките на другите поглавја. *Прво*, позитивното салдо во надворешната трговија со земјоделските производи подразбира дека во земјата има недоволно капацитети за нивна индустриска преработка и се извезуваат како сировини. *Второ*, со оглед на сезонската природа на повеќето од земјоделските производи подобро е истите да се продаваат надвор од земјата пред да се расипат.

3.2. Специфичните цели на агробизнисот во Република Македонија

За да се разберат специфичностите на агробизнисот, најпрвин треба да се разгледаат општите карактеристики на земјоделството и условите, кои влијаеле врз неговиот досегашен развој. Истражувањето и разгледувањето на овие карактеристики ќе ни послужат како база на информации за поддршката на овој сектор, која подетално е анализирана во седмата секција на ова поглавје.

Се разбира, во овој поглед, главна улога играат природните и атмосферските услови, како и географската положба на земјата. Република Македонија од сите страни е опкружена со копно, односно таа нема излез на море, и во голем дел е ридско планинска земја. Таа лежи меѓу 40 и 43-от степен северна географска ширина, и меѓу 20 и 23-от степен географска должина. Република Македонија граничи со Србија на север, Бугарија на исток, Грција на југ, Албанија на запад, Косово на северозапад, со добра конекција за пристап до Црното Море, Егејското Море и Јадранското Море. Има карактеристична клима како резултат на нејзиното местоположба и топографија. Преовладува медитеранската клима под влијание на Црното Море од исток. Бидејќи е претежно

ридско планинска земја, таа е под влијание на континенталната клима, која го спречува топлиот воздух од југ, додека Шар Планина дејствува како бариера од северозапад и ги блокира студените ветрови од север. Присутно е влијанието на медитеранската и континенталната клима. Средната годишна температура на воздухот изнесува 11,5 °C, а во низините и рамнините достигнува до 15 °C. Најтопол месец во годината е јули со просечна температура на воздухот од 22,2 °C, а најстуден месец е јануари со температура од 0,3 °C.

Минималната и максималната температура регистрирана во Македонија досега изнесува 44,5°C и -31,5°C. Врнежите од дожд ги има во изобилство во западните и источните делови на земјата, но температурата се намалува значително во регионот на Вардар. Скопје има просек од 64 врнежливи денови годишно. Октомври е најврнежлив месец со 61 mm, а август најсув со 28 mm. По сезони, како и во другите балкански земји со континентална и медитеранска клима, најврнежливи се есента и пролетта.

Околу 3,33% од површината на земјата е покриена со вода. Најголеми и најпознати езера во Македонија се: Охридското, Преспанското и Дојранското. Низ Охридското Езеро преминува граничниот премин меѓу југозападниот дел на Република Македонија и источна Албанија, а со неговата максимална длабочина од 288 метри и просечна длабочина од 155 метри, тоа е најдлабоко езеро на Балканот. Езерото покрива површина од 358 km², а неговиот вкупен волумен изнесува 55,4 km³ вода. Преку 20% од неговата вода доаѓа од Преспанското Езеро езеро кое се наоѓа на околу 10 км југоисточно и 150 метри надморска височина над Охридското Езеро. Преспанското Езеро зафаќа површина од 259 km², каде 176,3 km² припаѓаат на Македонија, Албанија има 46,3 km² и 36,4 km² на Грција.

Дојранското езеро се наоѓа во југоисточниот дел на Република Македонија со површина од 42,7 km², од која 27,1 km² ѝ припаѓаат на Македонија, а 15,6 km² на Република Грција. Вардар е најголемата река во Р. Македонија со должина од 388 km.¹²¹ Неговиот речен слив го опфаќа најголемиот дел на западна, северна,

¹²¹ Државен завод за статистика на Р.М. (2012) .

централна и јужна Македонија. Извира во Полошкиот регион (што е и фокус на оваа тема), и продолжува низ регионот на Скопје, Велес и Пелагониската низина.

По земјиштето, природните и климатските услови, општа специфика за развој на агробизнисот се расположливите видови ресурси. Фондот на плодно земјиште од над еден милион хектари е ресурс што се користи за разни култури, значи е прашање на одбирање меѓу можностите за полесно производство од една страна, и можностите за влез на пазарот и реализација на тие производи на другата страна.

Од прегледите и подеталните анализи кои ќе ги направиме во следните поглавја, најпрвин ќе ја утврдиме состојбата или дијагнозата на активностите во оваа гранка на земјоделството, а потоа ќе видиме дали е потребно прилагодување во земјоделските активности кои го користат земјиштето. На пример, зошто кај земјоделските култури истото земјиште треба да се засади со друга култура следната година, со цел да се регенерира или подобри квалитетот и да придонесе за повисоки приноси.

Општите специфичности на земјоделството се хармонизираат со целите на развојот како целина. Во оваа хармонизација, како главни специфичности за агробизнисот се сметаат: а) целта на избор на производство и неговата материјална можност; б) сезонскиот карактер на одгледувањето и производството; в) фазите на обработка; г) организација при специјализација на еден или повеќе производи; и в) анализа на очекуваниот релативен ризик за производство.¹²² За да се овозможи реализирањето на овие цели, државата преку политики и стратегии дејствува како координативен механизам и ги одредува правилата на игра. Таквите политики се справуваат со улогата која му се дава на агробизнисот во рамките на економскиот развој, трговските односи со другите земји, регионалната трговска соработка кога се постигнува договор за ослободување од царински давачки за производите од агробизнисот, и политиката на поддршка или надомест на земјоделците од страна на државата во случај на природни катастрофи

¹²² Ѓорѓевски и Данилоска (2008), *ibid.*, *цитр.* 30-34.

(поплави, пожари, епидемија на птиците, животните и растенијата). Менаџирањето во агробизнисот му припаѓа на микроаспектот и тоа нема да го третираме како специфичност на агробизнисот како целина.

За да се разберат обемот и големината на специфичностите на агробизнисот во Република Македонија, неопходно е да се направи осврт врз некои податоци за субјектите, кои се занимаваат со оваа дејност. Така, според податоците од Државниот завод за статистика, во 2010 година, од вкупно 75.497 активни деловни субјекти, 3.038 субјекти или 4% од нив се занимаваат со земјоделство, шумарство и рибарство. 4.433 субјекти им припаѓаат на категоријата на "угостителски услуги за сместување и угостителски услуги за исхрана" или 6% други, што заедно сочинуваат 10%. Исто така, постои и друга категорија на 8.263 деловни субјекти како "продуктивни", но не се специфицира видот на производството.¹²³ Во поглед на последново, несомнено дека голем број од нив се ангажирани во секторот на агробизнисот, како на пример преработка на овошје и зеленчук, производство на храна (било индустриска или брза храна), производи од месо (паштети, колбаси, конзервирано месо) и други. Но, врз основа на овие несигурности, не можеме да влеземе во детални анализи за да дознаеме приближно колку агробизнисот придонесува во општата рамка за вработување, приходите, и неговото учество во вкупниот БДП, што би ни дало многу корисен преглед. Сепак, она што произлегува како индикатор и дава корисен преглед е кога ќе го споредиме бројот и структурата на активните деловни субјекти во земјоделството и агробизнисот за да го пронајдеме нивниот сличен тренд во економијата како целина.

3.3. Предности и недостатоци на македонскиот агробизнис

Агробизнисот, сам по себе, е организиран систем на активности, што се состои од делови кои овозможуваат негово работење и развој. Овој сектор зависи од земјиштето, капиталот и начинот на менаџирање со претпријатието. Неговата

¹²³ Државен завод за статистика (2011), "Број на активни деловни субјекти 2010 година", Година XLIX, Соопштение Број 6.1.11.12, Скопје.

главна улога е да обезбеди храна за населението со користење различни и напредни методи под притисок на сè поголемиот раст на населението и ограниченоста на ресурсите. Со оглед на критичната улога на агробизнисот, ќе се спроведе SWOT и PEST анализа за овој сектор за случајот на Македонија, со цел подобро да се разбираат неговите предности и недостатоци. Описните категории и соодветната проценка што ја направивме произлегоа од ставовите од претходните поднаслови на ова поглавје, а тука ќе ги резимираме и ќе ги разгледаме предностите и недостатоците и ќе ги оцениме перспективите и предизвиците.

СВОТ-анализата е техника за собирање податоци и вклученост на факторите преку кои се анализира способноста на претпријатието или секторот. Кратенката ПЕСТ доаѓа од англиски PEST: Political (Политички), Economical (Економски), Social (Социјални) and Technological (Технолошки) фактори и влијанија. Секоја од нив има своја листа на фактори и индикатори, кои треба да се разгледаат. Ние тука ќе ги разгледаме оние фактори, кои ни се потребни за да ја разбереме општата состојба на земјоделството и агробизнисот во Р. Македонија според SWOT и PEST-анализата.

Табела 3.3: СВОТ (SWOT) анализа за секторот агробизнис во Р. Македонија

	Предности	Слабости	Можности	Закани
Општински и надворешни влијанија	Централно место во јужниот Балкан; Поволна бизнис средина во споредба со соседните земји	Незадоволително ниво на економски развој и благосостојба; Мало место и мал број на жители	Потенцијал за понатамошен раст и понатамошно проширување; Лесен пристап до европските пазари	Неповолна геополитичка околина и политички односи; Влијанието на глобалната економска криза

<i>Земјоделство</i>	Придонес за растот на економијата; Поволни природни и климатски услови; Слободна и доволна работна сила; Зголемување на буџетот за поддршка на земјоделството и руралниот развој	Еден поголем дел останува како фамилијарно земјоделство; Мал сектор и конкуренција од увозот од земјите со развиена економија	Можности за пораст со владините програми и поддршката од донаторите; Модернизација и зголемена продуктивност со помош на програмите на ЕУ	Опасност од суши и пожари; Опасност од пад на реалната куповна моќ на населението и високата невработеност.
<i>Надворешна трговија</i>	Позитивен биланс и негово понатамошно подобрување; Релативно конкурентни со соседните земји; Соодветна регулатива во согласност со Заедничката земјоделска политика (САР) на ЕУ	Загубите на претходните пазари; Ефектот на сезонските цени Тешкотиите при навлегување на заситените пазари поради пониските иновации	Процесот на сертификација на производите (ISO и HCCP); Можности за понатамошна диверзификација на постоечките профитабилни производи	Наметнување квоти од другите земји во случај на криза со храна; Ризик од премногу ниските (дампинг) цени од увозниците
<i>Пазарот и конкуренцијата</i>	Отворен пазар и подобри можности за потрошувачите; Добра транспортна мрежа и поврзување со другите земји	Мал/ограничен пазар во рамките на државата; Ниско ниво на приходи како ограничување за порастот на бизнисот	Преглед на можностите за навлегување на пазарите ширум Македонија; Развој на меѓународна маркетинг стратегија	Адаптација на голем дел од населението од самоодржливиото земјоделство; Учество на неформалниот сектор и нелојалната конкуренција

Од сите прикажани категории во SWOT-анализата ние треба да ги измериме предностите и слабостите, со цел да се препорачаат мерки за намалување на слабостите и да се максимизираат предностите. На прв поглед, може да се констатира дека Македонија е мала земја со релативно ниско ниво на економски развој. Ова може да биде слабост, каде што, голем број фамилии остануваат во агрокултурата, на домашен пазар и приходи од земјоделство пониски од другите сектори. Друга неповолност е губењето на пазарите во поранешна Југославија, а истовремено и тешкотиите за пенетрирање на нови пазари како резултат на пониското ниво на иновирање во земјоделството. Понатаму, самите слабости

презентираат и предизвик кога се прави обид тие да бидат претворени во предности, при што предвид треба да се земе и да се процени ризикот. Некои надворешни ризици се непредвидливи и не можат да се контролираат, на пример, природните катастрофи. Глобалните финансиски кризи, доколку се појават повторно, не можат да бидат контролирани, но трансформацијата на егзистенцијалното земјоделство во агробизнис може да биде реализирано преку долгорочна политика и поткрепувачки мерки. Пред да се објасни начинот, на кој што овие закани можат да бидат надминати, неопходно е да ги разгледаме предностите и слабите страни кои постојат во овој момент. Имено, иако Македонија е мала земја, таа е лоцирана со централниот дел на Југоисточна Европа со добри врски и трговски односи со сите нејзини соседи. Таа е отворена пазарна економија. Она што е порелевантно за нашиот случај кој е предмет на разгледување, се состои во фактот што таа има поволни природни услови за развој на агрокултурата, со доволно работна сила. Позитивните трендови во развојот на агрокултурата се манифестираат преку растот на буџетската поддршка и трговскиот баланс во овој сектор, што е единствениот сектор со позитивен баланс во надворешната трговија. Овие се главните предности, кои можат понатаму да бидат унапредени доколку бидат истражени и други прилики, вклучувајќи ги тука (меѓу другите) модернизирањето на секторот земјоделство заради зголемување на квалитетот и продуктивноста преку програмите на ЕУ за помош, сертифицирање за производите со имплементирање на ИСО и НАССР стандардите и развивањето стратегија за меѓународен маркетинг. Стандардите за безбедна и квалитетна храна подетално се прикажани во поглавјето 4.

PEST е дескриптивна анализа за мерење преку следниве четири фактори: политички, економски, социјални, и технолошки.

Политички фактори:

Македонија е земја со релативна политичка и институционална стабилност. Овде, е потребно да се потсети дека сè уште трае спорот со Република Грција, т.е. неприфаќањето на уставното име Македонија. Заладувањето на односите помеѓу Македонија и Грција донесоа трговска блокада на Македонија од страна на Грција во средината на 1990-тите. Недоразбирањата околу името продолжуваат и

понатаму, меѓутоа ова повеќе не претставува некој тежок проблем. Македонија останува политички стабилна, и покрај етничкиот конфликт во 2001 година, што резултираше со потпишување на Охридскиот рамковен договор, а со чија тековна имплементација земјата се покажува политички постабилна креирајќи притоа позитивна економска стабилност која се одразува во поголемиот број странски инвеститори од западните земји.

Економски фактори:

Економските фактори веќе беа дискутирани претходно во овој труд, па затоа сега можеме да направиме само едно кратко резиме на истото. Имено, Македонија влегува во групата земји во развој, со просечен економски раст, ниски просечни плати, висока невработеност, ниски каматни стапки, ниска инфлација, како и негативно салдо во надворешната трговија.

Социјални фактори:

Македонија има население од околу 2 милиони жители со доминантен удел на помладата возрасна група до 25 години (околу 20% се на возраст до 14 години). Природниот прираст на населението е позитивен, меѓутоа тој станува сепобавен поради емиграцијата на населението. Македонија има мултиетничка структура во која доминираат Македонци со над 64%, потоа Албанци со 25%, Турци 4%, Роми 3%, Срби околу 2%, како и припадници на други етнички заедници. Просечниот животен век е 77,2 години. Другите социјални фактори како што се на пример приходите по глава на жител, невработеноста, штедењето, просечната плата, итн., беа претходно дискутирани.

Технолошки фактори :

Македонија има доста развиена мрежа на телекомуникации и задоволително ниво на користење на интернет на индивидуално и институционално ниво. Истовремено, таа има добар пристап и користи современа инженерска

технологија и високо квалитетни материјали во многу сектори. Нивото на автоматизација во производствениот сектор сè уште заостанува зад повеќето европски земји. Во услужниот сектор, особено во банкарскиот сектор, ситуацијата е позадоволителна отколку во другите сектори. Сепак, понатамошниот напредок во преработувачката индустрија и во агробизнисот ќе зависи од можноста за привлекување странски инвестиции, партнерства со странски компании, со што се зголемуваат шансите за пристап до посовфистицирана технологија, а со тоа и можностите за сертифицирање на производите во агробизнисот усогласени со меѓународните стандарди.

Република Македонија е мал, но релативно отворен пазар. На глобално ниво, Македонија се рангира на 81-то место во поглед на поволните услови во општата бизнис клима¹²⁴. Овој однос е многу поповолен отколку во државите наследнички на поранешна Југославија (Словенија 97, Хрватска 146, Босна и Херцеговина 126, Србија 148, Црна Гора 113, Косово 160) и другите соседи Бугарија (140) и Грција (128). Започнувањето бизнис како прва категорија на деловното окружување, според законските процедури, е релативно лесно и ја рангира Македонија на петто место во светот. Имено, во овој поглед, за регистрирање бизнис во Македонија потребни се две процедури кои се завршуваат за еден ден. Македонија се позиционираше на првото место во светот според процесот на издавање одобренија за градење, и тоа од 36 поени во 2005 година на 82 поени во 2013 година¹²⁵.

Македонија опфаќа висока позиција и кај други категории и е подобро рангирана во споредба со другите соседни земји. Во оваа смисла, исклучок е *регистрацијата на имотот*, каде таа е рангирана зад Србија, *решавање на споровите*, каде е рангирана на 60-то место по Грција, и *защитата на инвестициите*, каде е на 19-то место во споредба со Албанија која се рангира на 17-то место.¹²⁶

¹²⁴ World Bank (2013), *Doing Business 2013: smarter regulations for small and medium-sized enterprises*, Washington D.C.: World Bank.

¹²⁵ Во овој поглед, перформансата на индикаторот се мери од 0 до 100.

¹²⁶ World Bank (2013), *Doing Business 2013: smarter regulations for small and medium-sized enterprises*, Washington D.C.: World Bank.

Но, на крај, не треба да се заборави фактот дека, индексот за условите на стопанисување објавени од страна на Светската банка, ги опфаќа и условите кои се однесуваат на правната и регулаторна инфраструктура. Во овој поглед, се разбира дека постојат разлики меѓу добриот или лошиот правен и регулаторен систем на една држава (од една страна) и она што фактички се случува во пракса (од друга страна). Имено, добрата правна рамка и процедури се неопходни, но тоа не значи дека тие можат да се спроведат според планираното. Затоа, често пати се појавуваат големи несогласувања помеѓу законите што се на сила и нивната имплементација. Таквите разлики ги идентификуваат и законските прекршоци, бирократијата и случаите на корупција.

Како заклучок на оваа секција, ПЕСТ-анализата може исто така да се види и со термини на предности и слаби страни (т.е. недоволности) Во политичките и меѓународните односи, Македонија сè уште е попречена со некои мали недоволности Спорот во врска со употребата на нејзиното уставно име не е проблем, но истото сепак може да се смета за недоволност бидејќи тоа предизвика некое одлагање на нејзиното приклучување кон НАТО и побрзиот прогрес во нејзиното зачленување во ЕУ. Меѓутоа на домашен план, Македонија останува стабилна земја. Економијата има постојан раст иако може да се тврди дека тој сепак не е доволен да направи здраво подобрување на краток рок за населението кое се соочува со висока невработеност. Но, Владата прави напори за побрз развој преку олеснување на условите за водење бизнис, воведувајќи мерки за привлекување странски директни инвеститори, кои би помогнале за пристап до странската технологија, модернизирање на економијата, во остварувањето поголема конкурентност на домашен план, како и за зголемување на изгледите за извоз. Но, колку ќе бидат ефикасни овие нејзини мерки не зависи само од Македонија бидејќи надворешните елементи имаат голема улога.

3.4. Можности за унапредување на организационата структура во агробизнисот во Македонија

Идентификувањето на предностите, слабостите, предизвиците и перспективите на земјоделството претставува одреден успех, но тоа сепак нема да биде доволно за преземање напори за да се генерираат резултати. Имено, како што веќе нагласивме во рамките на второто поглавје на овој труд, организацијата како функција на менаџментот за постигнување одредени цели има смисла само доколку постојат расположливи ресурси или можности. Овие можности за унапредување на организациската структура на агробизнисот во Македонија може да се извлечат од факторите на производство (трудот, земјиштето, капиталот), пазарот и клиентите, менаџирање со ризиците, и влијанието на надворешните фактори. Повеќето од овие можности најпрвин ќе ги презентираме во нумеричка форма, а потоа ќе направиме и нивна анализа.

Табела 3.4: Индикатори за состојбата на структурната организација на агробизнисот во Македонија

	2008	2009	2010	2011
Вкупна површина во хектари	1.064.000	1.014.000	1.121.000	
Обработено земјиште (во хектар)	261.032	266.475	250.016	255.885
Вработени во земјоделството	107.717	116.668	121.521	120.893
Учество во БДП во % а)	10,0	9,7	10,1	9,5
Извоз на земјоделски производи	228.331	228.325	268.387	
Увоз на земјоделски производи	147.701	126.353	164.259	
Индексот на извоз	100	99,9	1.149	
Индексот на увоз	100	83,1	1.188	
Домашни субвенции во милиони евра € а)	45	70	100	115

Извор: State Statistical Office of the Republic of Macedonia (2012), *Macedonia in figures 2012*, Скопје
 Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство – МЗШВ (2012),
 Национална програма за развој на земјоделството и рурален развој за периодот од 2013-2017 година, МЗШВ, Скопје.

Во текот на последниве неколку години, вкупната земјоделска површина во хектари се зголеми, што можеби е резултат на реактивирањето или преобработката на земјиштата, кои претходно биле запоставени или необработени. Засаденото земјиште во хектари постојано се менува со текот на

времето не само во големина, туку и според видовите земјоделски култури. Целта на менувањето култури засадени на една иста парцела, како што споменавме претходно, е да се зголеми квалитетот и биодиверзитетот на земјиштето за да даде поголеми приноси. Овде се забележува зголемување на бројот на вработените, што истовремено се очекува да се зголеми и во иднина, бидејќи овој сектор е идентификуван како најсоодветен за апсорбирање дополнителна работна сила. Ваквите можности ги поддржува и Владата преку разни мерки и активности за развој на овој сектор. Владата, исто така основа и посебни агенции, како на пример, Агенцијата за финансиска поддршка за земјоделството и руралниот развој, како составен дел од координирањето на активностите на ИПАРД-програмата.¹²⁷

Надворешните можности вклучуваат голем број претходни и актуелни програми и проекти на финансирање од страна на меѓународни организации и агенции за развој на странски држави, како што се Светската банка, УСАИД од САД, СИДА од Шведска, ГТЗ од Германија, и други. Земјоделството и агробизнисот се еден од клучните сектори каде што беа потребни големи реформи како стратешка ориентација за членство на Р. Македонија во ЕУ и Светската трговска организација (СТО). Според истражувањето на Ериксон, Пелинг и Сури: “земјоделската политика во Македонија ќе се соочи со тешки предизвици кога таа ќе се зачлени во овие две меѓународни организации. Таа ќе биде принудена да отстрани некои ограничувања или пречки, кои би го загрозиле домашниот пазар од преголемиот увоз. А, кога ќе се зачлени во ЕУ, таа ќе мора да сфати дека, Европскиот заеднички пазар не е само слободна царинска зона. Имено, досегашниот преференцијален третман на ЕУ спрема Македонија може да опаѓа по нејзиното зачленување, а ефектите или последиците за земјоделството и секторот на агробизнис можат да ја намалат трговијата и трговската способност наспроти другите земји од ЕУ.”¹²⁸

¹²⁷ Подетални информации околу оваа агенција може да се најдат на нејзината официјална веб-страница http://www.ipardpa.gov.mk/Root/mak/default_mak.asp

¹²⁸ Ericson, Tina and Pelling, Erik and Surry, Yves (2009). *Support to agriculture in FYR Macedonia: an exploratory assessment (1999-2004)*, Institutionen för ekonomi, Sveriges lantbruksuniversitet, Uppsala.

Посветеноста за развој на агробизнисот и зголемување на конкурентноста од една страна, и ориентацијата за членство во ЕУ и СТО од друга страна, претставува голем предизвик за агробизнисот во Македонија. Преземените реформи се во согласност со принципот на слободен пазар и конкуренција. За оваа цел, Македонија доби и продолжува да добива поддршка од програмите на ЕУ за развој на земјоделството и руралниот развој во земјите кандидати за членство, како инструмент пред нивното пристапување во ЕУ. Преку оваа поддршка значително се зголемува земјоделското производство, но овде постои веројатност дека конкуренцијата во секторот агробизнис да биде помалку одржлива за Македонија. Ова се оправдува со фактот што, поголемиот број од другите земји, кои веќе се членки на ЕУ имаат поразвиена технологија од која зависи агробизнисот.

Понапредната технологија овозможува производство со пониски трошоци. Аналогно на ова, може да се заклучи дека, ако Македонија не е во можност да ја задржи конкурентноста во агробизнисот, тогаш таа ќе биде обврзана повеќе да се занимава со извоз на сировини и земјоделски производи за преработка во странство.

3.5. Планирање на растот на агробизнисот во Република Македонија

Планирањето на растот на агробизнисот може да се види од улогата и важноста што Република Македонија му ја дава на овој сектор во рамките на нејзината стратегија за развој на земјоделството и руралниот развој. Како што забележавме од податоците прикажани во Табелата 3.1., учеството на секторот земјоделство и агробизнис е зголемено во последно време. Политиката за земјоделски и рурален развој, која се стреми кон раст на агробизнисот, се презентира според приоритетните области за поддршка. Во овој поглед, во својата стратегија за 2013-2017 година Владата на РМ ги идентификува следниве четири приоритети: а) зголемување на конкурентната способност б) заштита и унапредување на животната средина и руралните предели; в) поттикнување

диверзификација, заштита на природата и инвестиции во руралната инфраструктура, и *l*) зајакнување на локалната самоуправа и нејзината заложба за спроведување на локалните стратегии.¹²⁹ Во принцип, овие се логични чекори за раст. Но, развојот на агробизнисот, колку што разбравме досега, сепак зависи од голем број фактори во државата и надвор од неа.

Иако планирањето на развојот на земјоделството и руралните средини беше и продолжува да биде ориентација и посветеност на Владата на РМ како приоритет за развој, што обезбедува основа за развој на земјоделството, овде сепак недостасува стратешки план за развој на земјоделството, ирелевантно од неговата вклученост во стратегијата за развој на земјоделството. Стратешкиот план за развој на земјоделството (*meѓу druѓoto*) треба да ги вклучува:

- капацитетите, можностите и перспективата на развојот на индустријата, особено на хемиската индустрија (производство на ѓубрива, пестициди), пластиката, хартијата и амбалажата;
- истражувањата за улогата, значењето и придобивките на активностите на агробизнисот од примарните земјоделски производи, па сè до преработениот производ подготвен за потрошувачка или продажба;
- партнерство меѓу земјоделците и фирмите од агробизнисот, и
- развој на извозниот и меѓународниот маркетинг план.

Ние ќе се фокусираме малку повеќе на ова второто, бидејќи во пазарната економија, пазарот е одлучувачкиот фактор, кој ја индицира успешноста или неуспешноста на стратегиите и активностите при планирање на растот и развојот.

Иако различни автори даваат различни дефиниции на меѓународниот маркетинг, сепак сите тие имаат една заедничка цел, односно "отворање на вратите на светските пазари." Кажано со едноставни зборови, меѓународниот маркетинг означува фирма која презема една или повеќе маркетинг микс-одлуки

¹²⁹ Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство – МЗШВ (2012), *ibid.*, f. 47

преку националните граници. Во САД, во почетокот на седумдесеттите години од XX-от век почнаа да се даваат првите дефиниции за меѓународниот маркетинг. Ова ги вклучува авторите Хес и Катеора, кои, меѓународниот маркетинг го дефинираа како деловна активност, во која стоките и услугите се ориентирани кон потрошувачите од различни земји од светот.¹³⁰ “Меѓународниот маркетинг е резултат на деловните активности, кои ги имаат за цел планирањето, цените, промоцијата и управувањето на протокот на стоки и услуги на компанијата кон клиентите или корисниците во повеќе од едно место за креирање профит. Дефиницијата на меѓународниот маркетинг се разликува од онаа на локалниот маркетинг со фактот што неговите активности се случуваат во повеќе од една земја. Оваа мала разлика рефлектирана со формулацијата “во повеќе од една земја” ги зема предвид комплексноста и разновидноста, кои се наоѓаат во активностите на меѓународните пазари”.¹³¹

Извозниот маркетинг има за цел приклучување кон меѓународните трансакции. За постигнување на оваа цел, се применуваат националниот, извозниот и увозниот маркетинг, како и надворешната трговија. Со еден збор, тој е концепт, кој ги регулира економските односи со надворешниот свет.

Стратегиите на извозниот маркетинг се многу посложени од оние на локалниот маркетинг бидејќи тие, во суштина, бараат пософистицирана снаодливост и експертиза, вклучувајќи ги тука четирите елементи на маркетинг-миксот, стандардизацијата, адаптацијата, агрегацијата, диверзификацијата, конкуренцијата, и така натаму.

Стратегијата на меѓународниот маркетинг микс ја вклучува техниката, алтернативите, и пристапот кои се користат за да се постигне одредената цел поставена од компанијата. Елементите на меѓународниот маркетинг-микс се исти со оние на локалниот маркетинг, кои се состојат од *4П - производ, цена, дистрибуција и промоција*. Стратегијата на меѓународниот

¹³⁰ Hess J.M, Cateora P.R. (1996), *International Marketing*, Illinois: Irwin Homewood, f. 4.

¹³¹ Cateora, R. Philip, Ghauri N. Pervaz (1999), *International marketing*, 2nd ed., London: McGraw Hill, f. 6.

маркетинг микс се разликува од онаа на локално поради тоа што има повеќе разграничувања кои треба да одговорат на секој елемент одделно, и често се бара имплементација на микс стратегиите.

Стратегијата на сегментација на пазарот и диференцирање на производот претставуваат одделни функции преку кои потрошувачите можат да се одлучат за купување производи и услуги. Сегментацијата е комплексна и се соочува со бројни проблеми. Таа може да се дефинира како:

- сегментација на масовниот пазар, каде што се применува недиференцираниот маркетинг или кога претпријатието се обидува да изгради сегменти со хомогена побарувачка;
- сегментација на концентриран пазар, што значи избрани сегменти за зајакнување на позицијата на претпријатието; и
- повеќекратна сегментација, која е дел од повеќекратниот маркетинг што подразбира вклучување голем број сегменти од пазарот каде се пласираат различни видови производи.

Меѓународната конкуренција и меѓународниот маркетинг микс имаат решавачко влијание врз успехот на меѓународниот маркетинг и претпријатието. Стратегијата треба да го има предвид нивото на економскиот развој на странските пазари. Овде, се подразбира дека, во развиените економии конкуренцијата е посилен, па затоа претпријатието однапред треба да ги разгледа сопствените можности и ресурси, со цел да обезбеди посовршени производи и услуги кои ќе ја победат конкуренцијата. Во согласност со потребите се дефинира и меѓународната маркетинг микс стратегија. Сите 4П (*производ, цена, дистрибуција и промоција*) имаат посебно значење, па затоа и се бара соодветна стратегија, која всушност ја претставува понудата.

Стратегија на стандардизација, адаптација, диверзификација и адоптација. Стандардизацијата подразбира унифицирање на карактеристиките на еден производ на сите пазари. Стандардизацијата има различни форми и тоа: извоз на еден производ со одредено потекло (на пример, високо-квалитетни

парфеми од Франција), избор на еден сегмент, хомогеност на различните светски потреби, економија од обем и изградба на еден вид синергија на меѓународно ниво. Агрегацијата значи стратификација на стратешките делови и тактика, каде што се прави кумулација на стандардизирани производи во поголем обем со цел подобро позиционирање на пазарот. Диференцијацијата вклучува цели и методи со цел пристапување кон странските пазари со што повеќе производи.

Комбинираните стратегии на извозниот маркетинг се прават поради усогласување на потребите и нивното прилагодување со елементите на меѓународната средина, како што се: културата, макроекономската ситуација, политичката, правната, социокултурната средина и други. Овие елементи се земаат предвид при изработката на стратегијата со вклучување на елементите кои ја сочинуваат понудата. Информациите за меѓународните пазари имаат клучна улога во стратегијата на извозниот маркетинг. Овие информации може да се добијат од меѓународните организации и институции на тие земји или оние земји каде се планира да се пристапи на нивните пазари.

Програмирањето за маркетинг стратегии на извозник се состои од истражување со цел да се најдат методи и стратегии за производство, кои вклучуваат меѓународни маркетинг микс инструменти. Иако стратегиите во оваа насока се доста сложени и флексибилни, токму повисокиот приоритет е она што ја овозможува хомогенизацијата на диференцираните пазарни сегменти.

Стратегиите за зголемување на волуменот на извозот. Овде, процесот и долгорочните стратегии се насочени кон пенетрација на странските пазари и зголемување на извозот. За да се успее на странските пазари, основното прашање за овие стратегии се однесува на внатрешното решавање на проблемите и создавање поттик за извоз.

Во овој дел на трудот нагласена е важноста на стратегијата за меѓународниот маркетинг и потребата од дискусија на таа тема бидејќи Р. Македонија е мала земја по територија, како и по бројот на нејзиното население.

Затоа, растот и планирањето на агробизнисот е незамисливо без соодветни меѓународни маркетинг стратегии.

Во поглед на прашањето околу видовите на влезни стратегии, кои треба да бидат избрани за странските пазари, хронологијата вели дека најпрвин треба да се започне со прелиминарни активности на детерминирање и дефинирање најсоодветни пазари и дејството на бариерите за влез. Македонските компании се изложени на средината, во која се лоцирани и оперираат. Оперирањето на компаниите зависи од локалната и глобалната околина, кои имаат различна улога. Како што нагласивме во второто поглавје на дисертацијата, глобализацијата претставува интеграција на многу аспекти на современиот социјален, културен, еколошки, политички и економски живот. Овие димензии можат да бидат анализирани одвоено, но истите можат да останат во тесна врска. Економската глобализација значи поголем раст на економските активности преку меѓународната трговија. Културната глобализација ги нагласува врските помеѓу јазикот, традициите, обичаите, начинот на живот, итн. Политичката глобализација може да вклучи примена на пошироки политички стандарди, како што се на пример, човековите права, трудовите стандарди и демократијата. Бидејќи мнозинството од земјите во светот имаат иста или пак слична политичка, економска и социјална организација, тие влегуваат во трговија бидејќи квалитетот и расположливоста на нивните производи варира, што од своја страна ја нагласува потребата за што е можно поголема соработка и хармонизација меѓу нив или утврдување на прифатливи правила. Македонија, исто така, е дел од оваа соработка и интеграција, усвојувајќи ги меѓународно признатите стандарди колку што самата таа може. Гледиштата во поглед на меѓународниот маркетинг можат да бидат либерални, умерени или конзервативни. Во современата филозофија, приватната сопственост и конкуренцијата, правилата на пазарната економија и меѓународната трговска либерализација, се наоѓаат во центарот т.е. клучот што треба да се употреби. Конзервативната политика го подржува слободниот бизнис и конкуренцијата, но таа е порестриктивна спрема националните економски интереси. Лево ориентираната политичка филозофија ја почитува и штити приватната сопственост, но става поголем акцент врз јавниот сектор и улогата на

државата во економијата. Но, и покрај овие гледишта, агробизнисите ориентирани кон меѓународните пазари треба да бидат јасни во нивните индивидуални бизнис-цели, како што треба биде и економската политика на самата држава. Како мала држава, Македонија треба да ја следи политиката на економска отвореност со стратегија за развој на агробизнисот.

3.6. Управувањето со растот и менувањето на деловната култура во агробизнисот во Република Македонија

Присуството и стабилната состојба на еден субјект во агробизнисот не се постојано загарантирани и непроменливи карактеристики. Имено, и овде, како и кај секој друг деловен субјект, циклусот на агробизнисот ја вклучува стандардната теорија на почеток, раст, стареење, пад и изумирање. Но, циклусот на претпријатието и на производот сепак не водат секогаш кон изумирање. Една компанија може да биде предмет на различни трансформации, кои се движат од сопственичка трансформација, организациско реструктурирање, менување на стилот на управување, интеграција, а, таа може да продолжи и во други форми на постоење на неодредено време. Дури и за производите, особено оние во агробизнисот, на пример, производи за широка потрошувачка, како што се соковите, постојано им се менува дизајнот на пакувањето: стаклени шишиња, пластика, метал и картон. Овие промени се неопходни за да се зголеми бизнисот преку поттикнување на барањата на клиентите и да се создаде конкурентна предност на пазарот. Но, прашањето кое овде се поставува е како да се управува со таков раст и промена на деловната култура на македонскиот агробизнис.

Во Македонија потребна е промена на културата и структурата на агробизнисот бидејќи тоа е од интерес за нејзиниот раст и развој. Ако ја погледнеме структурата на претпријатијата ангажирани во земјоделството, тогаш можеме да видиме дека од 3.038 стопански субјекти во овој сектор во 2010 година, 342 се водат како самовработени или немаат други вработени; поголемиот дел од нив (2586) се со 1 до 9 вработени, 40 други со 10-19 работници, 36 други со

20-49 вработени, со 50-249 вработени се 31, а само 3 има над 250 вработени¹³². Ова значи дека, над 96% од овие субјекти, кои се занимаваат со земјоделство се микро-претпријатија окарактеризирани со едноставна организациска структура и управување, каде што сопственикот е исто така и менаџер, односно каде, често пати вработениот ги извршува сите должности.

Управувањето со промените и организациската култура во овој контекст може да се направи за да се промовира соработка и интеграција на овие лица во поголеми структури. Појавата на голем развој и раст најверојатно значат, односно индицираат промена во управувањето и организациската култура. Во развиените земји како Јапонија и Израел, повеќето фарми и земјоделски фирми се мали, но имаат многу добра меѓусебно координирана и комплементарна соработка, а заедно тие имаат развиено многу цврст синџир соработка помеѓу одделните претпријатија.

3.7. Извори за поддршка на агробизнисот во Република Македонија

За поддржување на развојот на земјоделството мора да постојат одредени анализи или некој вид дијагноза, што треба потребите да ги комбинира во вистинска стратегија. Затоа, како што беше претходно наведено, агробизнисот останува еден од секторите каде Република Македонија може да привлече повеќе бенефиции отколку во другите сектори. Главните извори кои ги исполнува досега, како дел од специфичностите на агробизнисот и неговиот профил, сега бараат други извори за нивна поддршка. Националната програма за развој на земјоделството и руралните области на Македонија за периодот 2013 - 2017, правната рамка и стратегија ги обезбедуваат овие ресурси за поддршка на агробизнисот:

Буџетот: со него се предвидува продолжување на поддршката за остварување на целите на земјоделската политика, која започна во 2007 година.

¹³²Државен Завод за Статистика (2011), “Број на активни деловни субјекти во 2010 година”, Godina/Year XLIX. Сопштение /No: 6.1.11.12, Скопје.

Владата, во својата програма за зголемување на конкурентноста на земјоделството и прехранбената индустрија, предвидува постепено зголемување на средствата за оваа намена, од 130.000.000 € во 2012 година, до 140.000.000 € во 2014 година, и 150.000.000 € за периодот 2015-2017 .

Цели: Со планираниот буџет треба да се постигнат следниве сумарни цели:

а) подобрување на руралната инфраструктура и условите на пазарот, б) зајакнување на врските и вертикалната и хоризонтална интеграција помеѓу субјектите во секторот агробизнис, в) олеснување на пристапот до факторите на производство, и г) подобрување на маркетингот за извоз и за полесен пристап до странските пазари.

Соодласност со политиката на ЕУ за земјоделство и рурален развој, што произлегува од принципите на Заедничката земјоделска политика, со која се утврдуваат начините на поддршка, реформи, интервенција во земјоделството и руралниот развој.

Програма за поддршка и принципи за периодот 2013-2015: програма на мерки за поддршка на земјоделството, која е во согласност со други мерки за поддршка на локалниот рурален развој.

Промовирање или поттикнување претприемачки идеи и иновации: Околу 60% од средствата распределени за поддршка имаат за цел да ја зголемат конкурентноста на извозно ориентираните производи, главно, тутун, зеленчук, вино, органска храна ориз.

Зголемување на ефикасноста и апсорпцијата во искористувањето на ИПАРД фондовите: во наредните години неопходна е техничка помош и обука за да се одговори на промените во ИПАРД програмата од 2015 година. Ова ќе послужи и за зголемување на стручноста и способноста за добивање и подобро управување со средствата од други меѓународни организации и ИПА.

*Ублажување на негативните влијанија од глобалната криза, кое предвидува дополнителни мерки за да се одговори на непредвидени настани/окожности во случај на нарушување на пазарот. Таквите мерки се спроведени во рамките на насоките на Заедничката земјоделска политика, но, исто така и врз основа на сегашната ситуација на теренот. Целта на интервенирање со овие мерки е едноставно да се надминат појавите на пазарот, кои се поткопувачки.*¹³³

Таквите ресурси се на национално или државно ниво. Преостанатата одговорност за мобилизација на ресурси ја носат претпријатијата, кои се вклучени во активностите на агробизнисот и оние кои имаат таква намера. Разбирливо е дека, целта на националната стратегија е да поттикне што е можно поголем број луѓе кои се вклучени во оваа активност. Земјоделството е стопанска дејност која не бара експертиза од примарното производство, туку повеќе труд. Владата има голема причина за поддржување на руралниот развој со своите средства и од други донатори, со цел да го запре трендот на миграција од селата во градовите, што како феномен датира и од времето на поранешна Југославија. Оваа поддршка продолжува со зголемување на финансирањето и субвенциите во текот на 2010-2011 година, и покрај финансиската криза и долговите.¹³⁴

Малите и средни претпријатија (МСП) се меѓу водечките снабдувачи во развојот на агробизнисот во повеќето земји во развој и на земјите од Третиот свет. Нивното значење беше забележано особено по распадот на социјалистичкиот систем во Централна и Источна Европа, каде што големите индустриски претпријатија и агроиндустриски комбинати ги изгубиле пазарите и биле во процес на приватизација. Улогата на овие големи компании сега ја исполнуваат малите и средните претпријатија. Сега, предноста е во тоа што овие претпријатија брзо и поединечно можат да навлезат на странски пазари.

¹³³ Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство – МЗШВ (2012), Национална програма за развој на земјоделството и рурален развој за периодот од 2013-2017 година, МЗШВ, Скопје.

¹³⁴ Angelova, Biljana&Bojnec, Štefan (2011), “Developments in the Agricultural and Rural Capital Market of the Former Yugoslav Republic of Macedonia”, Center for European Policy Studies, Working Paper No. 9, Brussels.

Често пати се случува, малите и средните претпријатија да не можат да ги задоволат клиентите на домашниот пазар, а на странските пазари да бидат успешни. Овде, се поставува прашањето зошто се случува тоа, односно што е тоа, што нив ги тера да се ориентираат на странските пазари, а на локалниот пазар тие не се конкурентни односно од кои фактори се погодени? Одговорот на овие комплексни прашања произлегува од спектарот на фактори, кои накратко можат да бидат резимирани на следниов начин:

- Во меѓународната трговија, домашниот пазар истовремено е и странски пазар за компании од други земји;
- Ако производот, услугата, како и информациите немаат доволно потрошувачи на локалниот пазар, истите можат тоа да го остварат на странскиот пазар;
- Мерките за стимулирање на извозот и трговската политика дизајнирана за подобрување на трговскиот биланс;
- Факторите на производство, на пример, цената на ефтината работна сила, репроматеријалите и достапноста до природните ресурси, можат да го концентрираат производство на поевтини производи на едно место, а компанијата да има сметка да ги продава нејзините производи по повисоки цени во земји каде има недостаток од такви производи или во земји каде што не може да се произведуваат тие производи. Типичен пример на овој феномен можат да бидат земјоделските производи, како што се цитрусите (лимон, портокал, смокви, ананас), кафе, нафта, природен гас, и многу други производи, кои не се наоѓаат во многу други земји, и затоа се увезуваат, но тогаш нивната цена е неколку пати повисока отколку во земјата на нивното потекло;
- Потребата за меѓузависност на бизнисот во современиот свет на

технологијата и стандардизиран пристап кон маркетинг извозникот;

- Фазите на производство, каде што производството на еден производ бара неколку материјали и фази, кои не можат навремено да се извршат во една земја.

Потребата на македонските мали и средни претпријатија да навлегуваат на странски пазари е условена, меѓу другото, од потребата да бидат запознаени со иновациите и да бидат во тренд со технолошките достигнувања и начин на водење бизнис. Во овој контекст, не ретко се случува кај нас да видиме бизнисмени кои зборуваат за одредени производи и начинот на кој се води бизнис во други земји, и истите се наменети да се применуваат на локалниот пазар. Тоа значи дека се работи за нешто, за кое тие мислат дека е интересно. Истовремено, потребата за странски пазари станува дури и императивна за малите и средни претпријатија со цел тие да преживеат економски. И на крај, за малите и средните претпријатија постојат и други форми односно прилики за нивен пристап до странските пазари, како што се на пример наоѓањето партнери, добивањето својство на изведувачи или претставници на мултинационални компании, итн..

ГЛАВА IV - КВАЛИТЕТОТ И КОНКУРЕТНОСТА КАКО ПРИОРИТЕТНИ БАРАЊА ЗА РАЗВОЈ НА АГРОБИЗНИСОТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Во еден бизнис или дури и сектор, битен предуслов за развој е производите на пазарот да се разликуваат со квалитет. Кога производите на една компанија се квалитетни на пазарот, тогаш таа компанија спроведува сертифицирање на своите производи, потенцирајќи ги нивните карактеристики како стандарден рецепт. Кога се прават вакви сертифицирања, компанијата може да биде привилегирана на пазарот посебно во промоцијата на еден стандард, кој исто така треба да го имаат и другите компании. Всушност, стандардите за прехранбените производи повеќе претставуваат барања, кои мора да бидат исполнети за да се осигури безбедноста на храната. Идејата и првите обиди да се создадат такви правила или стандарди во светот започнаа во 1926 година, но нивното реализирање стана јасно дури по Втората светска војна со формирањето на Организацијата за меѓународни стандарди (ИСО), која се занимава со воспоставување стандарди во прехранбената индустрија. Дури и НАССР е стандард дизајниран за да се осигури безбедноста на храната. Накратко, овие стандарди се прикажани во втората глава, но овде нив ќе ги разгледаме подетално од перспектива на нивната имплементација во случајот на Република Македонија.

Имено, ИСО-стандардот на глобално ниво ја носи шифрата 9000, која, според нејзината верзија од 1987 и 1994 година, бараше од производите да имаат определени карактеристики. Најновата верзија на ISO 20000 е дизајниран да ги задоволи потребите на клиентите, со цел да се обезбеди континуирано подобрување на производите. Следниот стандард ИСО 9001 од 2000-та година, кој бара квалитетен менаџмент систем во многу индустрии, и најмногу се користи во прехранбената индустрија.

Технолошките аспекти се глобални и многу е тешко да се контролира

сигурноста на храната. Од овие тешкотии се појави потребата за формирање ИСО 9001 стандард, кој е во сила од 2000 година, односно стандардот ISO 22000 кој влезе во сила во 2005 година. Тој е различен од претходните негови верзии бидејќи дава совети во поглед на безбедноста на храната во сите фази од нејзиниот процес на производство¹³⁵. Овие стандарди беа предмет на големи критики токму поради нивната честа промена на правилата и критериумите. Ова може да биде главната причина зошто ИСО не може да го замени HACCP, иако во стандардот ISO 22000 FSMS 2005 се вклучени принципите на HACCP. Имајќи го ова предвид, овде вреди да се наведат следниве шест принципи на HACCP-системот:

1. *Да се стави товар на безбедноста на храната*: Многу болести кај разни видови храна се појавуваат во отсуство на каков било ефективен систем на надзор и контрола. Спроведувањето на подобрувањата во безбедноста на храната и заштита на јавното здравје е одговорност на владите, индустријата за храна и самите потрошувачи.
2. *Насокиите на кодош на HACCP-от*: HACCP не може да се имплементира ако компанијата не е функционална во имплементирањето на условите на сигурност во производството на храна. Некои влади се придржуваат до 12-те чекори дефинирани во водичот (одговорност на HACCP тимот, опис на производите, идентификување на намерата за користење, градење дијаграм, дијаграм за верификација во областа, листа на сите ризици и контроли, анализа и дефиниција на критичните контролни точки, критички гранични премини, воспоставување систем за следење на овие точки, преземање корективни акции, постапки за верификација создавање и креирање документација и сметка одржување).
3. *Улогата на Владата и потенцијалните придобивки*: Владите имаат свои правила за безбедност на храната, но, тие исто така треба да го

¹³⁵ Norton, Tomas and Brijesh, Tiwari (2012), "Food quality and safety assurance by hazard analysis and critical control point", in Jasim, Ahmed and Rahman, Mohammad Shafiur, 1st ed., *Handbook of food process design*, Vol. I, pp. 1406-1435.

охрабруваат и усогласувањето со HACCP- прописите. Адаптацијата и инкорпорирањето на HACCP-правилата ќе ѝ донесат добивка на Владата во нејзините напори дизајнирани за заштита на здравјето на јавноста и потрошувачите.

4. *Улогата на земјоделството и потенцијалните придобивки:* Првата и најголема одговорност во поглед на храната е на страната на самиот агробизнис. Имено, храната треба да бидат произведена на хигиенски начин, со контролирани извори, и со анализа на релевантните ризици. Тоа е самиот производител на храната, кој треба да обезбеди информации за производот, како и да обезбеди услуги и обука, со цел да се зголеми соодветната свест на потрошувачите.
5. *Како го пристап за HACCP:* Некои производители на храна со нивните практики предизвикаа конфузија во врска со ефикасноста во спроведувањето на HACCP стандардите. Поради тоа, се востановија "системи на пристап кон HACCP", кои содржат повеќе флексибилни правила.
6. *Односот помеѓу HACCP системите со добри хигиенски практики:* Ова има тесна врска со голем број мерки за безбедност на храната од ризик, кои се движат од објекти, опрема, возила, и работници. Владата треба да овозможи инспекции во агробизнисот, со цел да се докаже дека условите се токму такви.¹³⁶

Во поглед на содржината, ИСО 22000 е понапреден од HACCP. Во овој поглед, треба да се нотира дека има компании со високо развиени и квалитетни производи, кои, со користење ИСО 22000 (како диференцијација од другите стандарди) направија ексклузивна атракција за клиентите, но истовремено има и такви компании, кои сè повеќе се повлекуваат од спроведување на овие

¹³⁶ World Health Organization Manuali (2004), "FAO/WHO guidance to governments on the application of HACCP in small and/or less-developed food businesses", Food and nutrition paper no. 48, Roma: стр, f.4-8.

стандарди. Главните причини за ваквото однесување на последниве компании се поврзани со нивниот недостаток на информации за новиот стандард, како и стравот од бирократските процедури за негово добивање, што може да им предизвика дополнителни трошоци.¹³⁷ Меѓутоа, владите во рамките на нивните политики и регулативи за безбедност на храната и заштита на јавното здравје, се должни да воспостават правила, и наместо да се размислуваат многу за нив, треба да го усвојат и адаптираат HACCP како најповолна форма на правила, со кои се олеснува самата меѓународната трговија.

4.1 Агробизнисот, осигурувањето и гаранциите за квалитет

Осигурувањето на безбедноста и квалитетот на производите во агробизнисот може да биде направено од страна на повеќе извори, но за ова посебно заинтересирани може да бидат оние кои се вклучени во нивната имплементација. Имено, ако ги анализираме сите засегнати страни, тогаш можеме да видиме дека речиси сите се интересираат за повисока безбедност и квалитет. Така, производителот се бори како да создаде квалитет, а лојалноста на клиентите може да донесе економска корист. Клиентот е сигурно заинтересиран да купи и консумира здрави производи. Владата и нејзините агенции, дејствуваат како контрола на овие извештаи. Често се случува, во бизнисот да бидат употребени помалку скапи ресурси и аналогно да се произведат производи со помал квалитет, што може да наштети на здравјето на потрошувачите. Во рамките на втората глава веќе укажавме на некои глобални прехранбени скандали, како што беше, на пример употребата на коњско месо во производството на паштети. За отстранување на овие недостатоци, владите воспоставуваат државни агенции кои се надлежни за вршење контрола на квалитетот на храната произведена во агробизнисот.

¹³⁷ Arvanitoyanis, Ioannis S., Paliokostas, Christos, and Panagiotaki, Panagiota (2009), "A Comparative Presentation of Implementation of ISO 22000 Versus HACCP and FMEA in a Small Size Greek Factory Producing Smoked Trout: A Case Study", *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, Vol. 49, No. 2, pp. 176 – 201.

Во Република Македонија таква агенција е Агенцијата за храна и ветеринарство. Оваа агенција е основана во рамките на Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство. Нејзината мисија е да се направи апликација, контрола, надзор и следење на ветеринарните служби во областа на здравјето на животните, заради здравствена заштита на населението и животната средина. Својата работа Агенцијата ја остварува во следниве четири сектори:

- a) животните, нивната регистрација, надзор и превенција на болести,
- б) ветеринарно јавно здравство и безбедност и контрола на квалитет на храна од животинско потекло;
- в) гранична ветеринарна инспекција, која се занимава со контрола на трговијата со животни и храната од животинско потекло во Македонија и во случај на транзит, и
- г) правни прашања.

Во контекст на горенаведеното, посебно место и улога има подготвувањето закони, регулативи и упатства, кои треба да бидат во согласност со законодавството на ЕУ и релевантните меѓународни конвенции во областа на безбедност на храната¹³⁸. За оваа цел, најпрво ќе ги наведеме некои од клучните закони и прописи, со кои се регулираат прашањата во врска со безбедноста и квалитетот на храната, особено оние кои се во потесна врска со истражувањето, со посебен акцент на ISO и HACCP-стандардите, а ова исто така е во функција за полесно елаборирање на клучните поенти во рамките на другите поднаслови од ова поглавје. Имено, во поглед на безбедноста на храна во Р. Македонија постои голем број закони и прописи елаборирани од страна на Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство. Меѓу нив, најдиректно поврзани со ова прашање се следниве прописи:

- Правилникот за стандардите и начинот на одредување на квалитетот и начинот на пакување и означување на производите од пчели по однос на квалитетот (“Службен весник на РМ”, бр. 68 од 19.5.2011 година);
- Правилник за методот на апсорпција на вода во кланични капацитети и

¹³⁸ Агенцијата за храна и ветеринарство. Повеќе информации за работата на агенцијата може да се добијат на <http://www.fva.gov.mk>

- методот на утврдување на просечната загуба на вода при одмрзнувањето (“Службен весник на РМ”, бр. 35 од 22.3.2011 година”);
- Правилник за дополнително идентификување на месото од живина наменето за пазар во однос на начинот на ладење и начинот на одгледување, ознаките и нивната употреба (“Службен весник на РМ”, бр. 35 од 22.3.2011 година”);
 - Правилник за критериумите за одредување на квалитетот на месо од живина во однос на конформацијата на трупот, изгледот, оштетувањата, бојата и другите визуелни карактеристики и начинот на класификацијата (“Службен весник на РМ”, бр. 35 од 22.3.2011 година”);
 - Правилник за начинот на означување на јајцата наменети за пазар и јајцата наменети за инкубација, ознаките и употребата на ознаките (“Службен весник на РМ”, бр. 35 од 22.3.2011 година”);
 - Правилник за ознаките во однос на начините на чување кои се употребуваат за идентификување месо од живина и нивните дефиниции (“Службен весник на РМ”, бр. 35 од 22.3.2011 година”);
 - Правилник за методите за утврдување на вкупната содржина на вода во лабораторија (хемиски тест) (“Службен весник на РМ”, бр. 35 од 22.3.2011 година”);
 - Правилник за формата и содржината како и начинот на водењето на образецот за известување со кои откупувачот писмено ги известува производителите од кои откупил сурово млеко за резултатите од класификацијата и вреднувањето на суровото млеко (“Службен весник на РМ”, бр. 151 од 31.10.2011 година”);
 - Правилник за начинот на чување на суровото млеко и земање примероци за анализа и суперанализа, содржината, формата и начинот на пополнување на записникот, методите за анализа на суровото млеко, начинот на класирање и метод на вреднување на суровото млеко, како и начинот на вршење на обуката и програмата за вршење на обуката за контролори (“Службен весник на РМ”, бр. 151 од 31.10.2011 година”);
 - Правилник за начинот и методите за вршење контрола на квалитетот на свежо овошје и зеленчук (“Службен весник на РМ”, бр. 98 од

19.07.2011 година);

- Правилник за методите на одредување на меснатоста на труповите на закланите свињи (“Службен весник на РМ”, бр. 14. од 31.01.2012 година);
- Правилник за начинот на обработка на трупот за оцена како и начинот и методите на одредување на квалитетот со категоризација на говедата и класирање на труповите и половинките на говедата (“Службен весник на РМ”, бр. 14 од 30.01.2012 година);
- Правилник за начинот на означување, формата и содржината на печатот, како и содржината на етикетата на труповите на говедата (“Службен весник на РМ”, бр.14 од 30.01.2012 година), и
- Правилник за формата и содржината на елаборатот кој е содржан во барањето за регистрација на ознака за потекло или географска ознака (“Службен весник на РМ”, бр.14 од 30.01.2012 година).

Секој од овие прописи и закони содржи детални инструкции за одредени категории храна, кои мора да бидат исполнети во поглед на нивната безбедност и квалитет. Земена како целина, слободно може да се констатира дека, правната рамка за агробизнисот во Република Македонија е на релативно задоволително ниво и дека постои изобилство релевантни информации во тој контекст.¹³⁹ Аналогно, ова е рамката врз чија основа самата Агенција за храна и ветеринарство може да ги предвидува и презема нејзините законски активности.

Контролата се однесува на практичната имплементација на стандардите за добрите хигиенски услови, добрата производна пракса и НАССР-принципите. Аналогно на ова, анализите се прават со цел да се идентификуваат причините за ризиците, со посебен фокус врз механичка контрола (метал, стакло, камен, влажност), хемиските средства (средствата за дезинфекција отпадот, отпадот во ветеринарната медицина) и биолошките средства (бактерии, габи, паразити,

¹³⁹ Сите овие правни прописи може да се најдат на следниов линк:
http://www.fva.gov.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=49&lang=sq.

мошус). Агенцијата за храна и ветеринарство¹⁴⁰ има седиште во Скопје и нејзини филијали во сите поголеми градови во Македонија, како и на сите гранични премини. Упатството на НАССР во Македонија е прилагодено и истото е преведено од страна на *Генералниот директоријат за здравство и заштитата на потрошувачите на Европската комисија*. Сите субјекти инволвирани во земјоделството, односно агробизнисот се должни да се придржуваат до сите горенаведени прописи во врска со безбедноста на храната и квалитетот, и истите треба да направат анализа на конкретните фактори на ризик. Но, покрај тоа, и самата Агенција за храна и ветеринарство треба да изврши увид во условите за производство и анализа на прехранбените производи.

4.2 Клиентите и конкуренцијата во агробизнисот

Успешноста или неуспешноста на еден бизнис зависи од потрошувачите на пазарот и реализација на производите. Присуството и опстанокот на пазарот за агробизнисот е предмет на конкурентски притисок. Вистинската конкуренција доаѓа на сметка на потрошувачите, кои ќе направат избор меѓу различните понудувачи. Во овој контекст, важно е да се види што е направено и што ќе се направи во Р. Македонија на подрачјето на регулирањето на овие односи и промовирањето на развојот на агробизнисот.

Во врска со претходното, најпрвин неопходно е да се нагласи дека, Министерството за земјоделство и другите релевантни државни институции постојано се приближува до нивото наведено во стандардите утврдени со правилата на Заедничката земјоделска политика (ЗЗП) на ЕУ, што претставува една од компонентите за членство во ЕУ. Реформите се спроведуваат во три главни сегменти: реформа на земјоделската политика, институционална реформа и реформа на законодавството. Сите овие реформи се прават во корист на земјоделството и руралниот развој на државата. Со спроведувањето на овие реформи фактички се врши и надзор особено од перспектива на потребата за

¹⁴⁰ Агенција за храна и ветеринарство (2011), 'Водич за потрошувачи во врска со Законот за безбедност на храната', Скопје.

ублажување на негативните ефекти од примената на стандардите на ЕУ.

Согласно на Националниот развоен план за 2008-2013 година, целите и мерките на политиката за земјоделството и руралните средини се во функција на следниве стратешки цели на државата: зголемување конкурентноста на македонското земјоделство на регионалните пазари и ЕУ; зголемување ефикасноста на земјоделското производство, преработката и продажбата на стоки; овозможување на клиентите пристап до безбедна и здрава храна; разумно користење на природните ресурси; градење одржливи рурални заедници преку интегриран рурален развој и урбано-рурален развој заради намалување на диспаратите во развојот, и градење соодветни јавни и приватни институции за ефективна имплементација на земјоделството и руралниот развој.¹⁴¹

Во месец јануари 2007 година, Владата го донесе *Законойт за земјоделство и рурален развој*¹⁴². Со донесувањето на овој Закон, што претставува најрелевантен и темелен правен документ на подрачјето на земјоделството, фактички започнаа реформите и развојот на овој сектор, што влијае и врз целата економија на Република Македонија. Со овој Закон требаше да се обезбедат можности за интервенција на пазарот со алтернативни мерки. Истовремено, донесувањето на Националната програма за развој на земјоделството и руралниот развој за периодот 2013-2017 е јасна потврда за континуираниот интерес на македонската држава за одржлив развој на земјоделството и руралните средини преку подобрување на политиката, односно нејзино дополнително дефинирање заради зголемување на ефикасноста. Политиките за поддршка се фокусирани врз создавање поволна клима за инвестирање во земјоделскиот сектор како врска за подобрување на конкурентноста на македонските земјоделско производство, обезбедување еднаков пристап до потенцијалните клиенти без преференцијални корисници. Најголем дел од средствата за поддршка на земјоделството и руралниот развој (околу 90%) се употребуваат за директни плаќања, додека остатокот од мерките за рурален развој се користи за ко-финансирање

¹⁴¹ МЗШВ (2012), 'Годишен извештај за земјоделство и рурален развој 2011', МЗШВ на Република Македонија, Скопје.

¹⁴² Објавен во "Службен весник на РМ", бр. 134/07.

инвестиции, зголемување обемот на производството и модернизација на земјоделските стопанства. Како особено важни мерки за поддршка на земјоделците се и мерките за поддршка за создавање кооперативи, спроведувањето на договорите за производство и имплементација на соодветни политики за консолидација на земјоделското земјиште. Така, во текот на изминатите 2-3 години, Владата започна да посветува посебно внимание кон подобрувањето на маркетинг-инфраструктурата со обезбедување услови за инвестирање, логистика, и да помага во маркетингот на земјоделските производи. Како резултат на воведувањето нови мерки за олеснување на пристапот до поддршка на политиката, бројот на корисници е зголемен од 13.000 во 2005 година на 110.000 семејства во 2011 година.

Преку политиките за рурален развој се дефинирани следниве конкретни приоритети за поддршка:

Првиот приоритет: Зголемување на конкурентноста на земјоделскиот и шумарскиот сектор во насока на промовирање на знаење и подобрување на човечкиот потенцијал во руралните области, реструктурирање и развој на физичкиот потенцијал за промовирање иновативни практики и да се подобри квалитетот на земјоделските производи преку економска поддршка на фармерски зоруженија .

Вториот приоритет: Заштитата и подобрување на животната средина и руралните подрачја, насочени кон промовирање одржлива употреба на земјоделско земјиште, заштитата и унапредување на животната средина и руралните области, со цел да се зачува растителниот и животински диверзитет и подобрување на почвата, водата и воздухот.

Третиот приоритет: Подобрување на квалитетот на животот во руралните области и поттикнување диверзификација на економските активности во руралните средини. Клучните инвестиции вклучуваат поддршка за создавање и јакнење микро и мали претпријатија во руралните

области, капитални инвестиции во руралната инфраструктура за подобрување квалитетот на животот, обезбедување поддршка за обука и информации за физички и правни лица кои работат во руралните средини.

Четвртиот приоритет : Промовирање локален рурален развој спроведен преку мерки со цел да се поддржи имплементацијата на стратегиите за локален развој во руралните средини преку мерки за спроведување, во согласност со закон, спроведување стратегии за рурален развој на локалната самоуправа врз основа на спецификите на руралните средини, како и работата во локални групи вклучувајќи ги жителите на руралните територии.¹⁴³

Во Македонија досега немало ниеден скандал со храна или епидемии од поголеми размери, кои доаѓаат од внатре. Законодавството на државата и активноста на Агенцијата за храна и ветеринарство обезбедуваат упатства и предупредувања за тоа како да се дејствува или реагира во случаи на животински епидемии и/или со скандали во врска со увезени производи кои се користат како сировини во агробизнисот (особено месо и растенија). Во случај на појава на епидемии (како на пример, копита и стипса¹⁴⁴, свински грип, пилешки болести, е-коли растенија) во држави, од каде Р. Македонија увезува производи, Агенцијата за храна и ветеринарство реагира со издавање наредба за привремено запирање на увозот од таа држава сè додека не се нормализира вонредната ситуација.

4.3 Принципите на целосен квалитет во управувањето на агробизнисот

Управувањето со квалитетот во агробизнисот е процес како и во другите бизниси, иако врз него влијаат и многу други фактори, како оние од непосредното опкружување и од природата. Инаку, начинот на управувањето со агробизнисот е ист со принципите на другите субјекти, но овде има разлика заради сезонскиот карактер, промената на понудата на пазарот, цените, како и разновидноста на

¹⁴³МЗШВ (2012), 'Годишен извештај за земјоделство и рурален развој 2011', МЗШВ на Република Македонија, Скопје, стр.8.

¹⁴⁴ Вид болест кај кравите.

производите. Општите принципи на менаџментот на агробизнисот се фокусираат главно на:

- Разликата во поглед на големината на бизнисот, каде, како што беше наведено во претходното поглавје, повеќето фарми и земјоделски фирми во Македонија се со мали димензии. Специфичното управување со овие претпријатија се состои во фактот што, тие имаат многу едноставна организациска структура, краток синџир на бизнис трансакции и преработка на производи. Мал е бројот на големи претпријатија, кои имаат организациска и управувачка структура, што може да се развие и прошири. Одлуките за микро и малите македонски претпријатија се носат релативно брзо, додека нивните менаџери прават повеќе анализи и пресметки.
- Разликата на земјоделството и агробизнисот поделени на појсектори: овие сектори ги опфаќаат производството на примарни производи во земјоделството и сточарството, одгледувањето овошје и зеленчук, обработката на овошје, зеленчук, производи од агро-производството, храна и алкохолни пијалоци, тутунски производи, итн.
- Прилагодувања на пазарот според временските услови: Македонија има релативно мал и либерализиран пазар. Понудата и побарувачката на пазарот се под влијание на сезонските ефекти, особено кај овошјето и зеленчукот. Така, за време на летото и есента, цените на овие производи се на најниско ниво, а се зголемуваат во зима и пролет, кога производствените капацитети и условите се ограничени. Овој расчекор помеѓу количината и цената може да се релативизира со одгледување во пластеници, но овде веројатно се работи да се произведува во текот на целата година. Агробизнисот како активност е помалку под влијание на сезонските ефекти бидејќи тој може да чува сировини со пониски цени кога нив ги има во изобилство на пазарот, па така и самата обработка може да продолжи во текот на годината. Цените на преработените прехранбени производи се релативно стабилни, како што пакуваниот ајвар може да има иста цена во текот на годината, но цената на сировините за негово производство (домати и пиперки) е

многу повисока во зима отколку во лето.

- Начинот на соработка помеѓу фармите во агробизнисот: За разлика од државите во ЕУ, во Македонија оваа соработка не е многу развиена. Диктирањето на овој пристап може да биде генерирано од просечната големина на фармите, но како што беше наведено во второто поглавје на овој труд, тоа не може да биде пречка за економијата иако кога би имало посилна соработка меѓу нив, како и во некои развиени земји, тоа ќе претставува подобра понуда за локалниот и извозниот пазар.
- Самостојно или фамилијарно земјоделство. Во минатиот период, овој начин беше познат како индивидуален сектор, кој и покрај производството за фамилијарни потреби, требаше да произведува и за пазар. Оваа форма на соработка помеѓу индивидуалниот и јавниот сектор беше разнишана во текот на процесот на приватизација на јавните фирми. Онаму, каде што приватното производство не може да функционира индивидуално, треба да има нови стандарди и услови, со нови мерки за нивно организирање, преземени од страна на самиот агробизнис или директно од страна на Владата.
- Заштитата на корисниците како најважен дел - Помеѓу корисниците и управувањето на агробизнисот постои одредена врска. Имено, лојаноста на корисниците кон производите е позитивен поен и за начинот на кој што агробизнисот има успех во пазарот со неговите понуди со високите критериуми за квалитетот и сигурност на производите. Државата треба работи на регулирање на овие односи.

Управувањето со вкупниот квалитет (*Total Quality Management*), според поимот, подразбира комуникација, лидерство, организација и учество на сите вработени во сите работилници. Под овој термин во Р. Македонија подразбираме дека во агробизнисот треба сите да бидат активни, како и да има надлежни субјекти, кои од надвор го поддржуваат овој сектор. Плановите и стратегиите за развој на земјоделството во Р. Македонија содржат концепти и препораки со кои се дефинира улогата на секој актер за да се стигне до одредено ниво во управувањето на фирмата. Иако во моментот нема каква било критика во поглед

на начинот на подготвување на плановите за постигнување на целите, сепак потребна е каква било оценка *ex post*, со цел да се идентификуваат предизвиците со кои се соочуваат како и заради утврдување лекции во врска со флексибилноста во иднина.

4.4 Имплементација на HACCP-стандардот и неговото значење за квалитетот во агробизнисот

Агенцијата за храна и безбедност е одговорна за вршење контрола на безбедноста на храната и квалитетот на растенијата, животните, како и за преземање мерки за заштита на државно ниво во поглед на болестите предизвикани од храна. Во националниот план за контрола на храната, здравјето и растот (2012 - 2016), Агенцијата има поставено стратешки приоритети за надзор и контрола на квалитетот на објекти кои произведуваат храна и угостителски услуги и кои треба да применат систем базиран врз HACCP, или да се идентификуваат ризиците и начинот како тоа да се провери. Во првата фаза се врши евалуација или физибилити студија за имплементација на HACCP и HACCP планот. Овде треба да се нагласи дека прехранбена индустрија вклучува различни компании по големина и разновидност на производството на храна. Малите бизниси имаат ограничен капацитет и експертиза за спроведување на HACCP стандардите, а поради недостаток на ресурси, е уште потешко, можеби и невозможно, тие да ги имплементираат ИСО 22000-стандардите. Меѓутоа, за да се олесни спроведувањето на HACCP-системот, Законот им овозможува да применуваат т.н. базиран систем. Причината е за ова е фактот дека, Македонија има за цел да го имплементира HACCP-системот (според стратешките приоритети 2012-2016) заради исполнување на стандардите на ЕУ во однос на квалитетот и безбедноста на храната со употреба на методи за надзор и контрола на активностите, кои вклучуваат одобрување и регистрација на објекти за производство храна. Во овој поглед, согласно член 48 од Законот за безбедност на храна, државата е задолжена да ги регистрира објектите за храна од 2011 година.

Така, до 2012 година регистрирани се над 12.000 прехранбени продукти.

Инаку, Агенцијата треба да ја регистрира секоја храна и да извести за секој објект во рамките на својата надлежност, во кој се реализира која било од фазите на производство, преработка и дистрибуција на храната. Операторите со храна мора да ги достават најновите информации во врска со објектите на Агенцијата кои се под нејзина јурисдикција, вклучувајќи тука и какви било други значајни огласи во активностите и можното затворање на постојниот објект. Агенцијата има систем на лабораториски проверки. Лабораториски тестови и анализи се вршат како доказ за усогласеност на работата. Лабораториските резултати претставуваат објективна основа за активностите на надлежните органи, со цел да се обезбеди повисоко ниво на грижа за животните и луѓето во Македонија.

Со оглед на ситуацијата во земјоделскиот сектор и потенцијалот за развој, како и посебните потреби на руралниот развој, мерките за спроведување на приоритетите на политиката за рурален развој, акцент се става врз воведување мерки за одржливо управување и користење со природните ресурси и биодиверзитетот и заштита на животната средина.

Акциониот план за спроведување комуникациски и рекламни активности за 2011 година предвидува десет одделни групи дејности со институции и одговорности за спроведување на целите, кои треба да се постигнат. Тоа се главно техничка и административна помош, организирање обуки, семинари, формулирање и завршување на апликациите за грант, објавување каталози, брошури, годишни извештаи и други активности.

Според податоците добиени од Агенцијата, ситуацијата во поглед на имплементација на НАССР-стандардите во Република Македонија до месец јуни 2013 година изгледа вака:

Регистрацијата на храна за објекти од неживотинско потекло: Вкупно 9479, од кои:

- Занаетчиски 670,
- Индустриски 288,
- Промет со храна на мало, 3638,
- Промет со храна на големо, 1099,

- Угостителски 3785.

Одобрение на објекти за храна од животинско потекло: ВКУПНО 269.

За сите оператори со храна задолжителна е применета на HACCP во зависност од видот и обемот на дејноста. Исполнувањето на овој услов е дел од постапката за регистрација или одобрение за работа на операторот со храна. Во програмите за работа на инспекциите задолжително и ревизијата на имплементираните системи за безбедност на храна. Еден од предусловите за извоз на храна од Република Македонија при издавање на сертификати за безбедност на храна задолжително предвидува одредба за повикување на HACCP.¹⁴⁵

Најголем број од субјектите кои го аплицираат HACCP стандардот во своите производи е во рамките на употреба на храната, а најмалиот број на регистрирани објекти е оној во преработувачката индустрија. Причините за оваа ситуација ќе бидат индицирани односно разгледани во контекст на праксите во Полошкиот Регион илустрирани во шестото поглавје.

¹⁴⁵Интервју со Абдулезел Догани, заменик-директор на Агенцијата за заштита на храна во рамките на Министерството за Земјоделство, во Владата на Р. Македонија. Интервјуте е реализирано по пат на електронска пошта на 10.06.2013.

ГЛАВА V - АНАЛИЗА НА РАЗВОЈНИТЕ СТРАТЕГИИ НА АГРОБИЗНИСОТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Стратегиите за развој на земјоделството беа пошироко презентирани во рамките на претходните подглавја. Агробизнисот може да биде многу зависен од развојот на земјоделството, но тоа не значи дека тие секогаш одат паралелно и покрај фактот што тие меѓусебно се многу поврзани. Во претходните поглавја беше констатирано дека, развојот на земјоделството е предуслов за развој на агробизнисот со обезбедување сировини. Но, исто така, беше нагласено дека, во недостиг на земјоделски сировини, тие можат да бидат увезени од странство со цел развој на агробизнисот и тој да нуди производи на домашен и странски пазар. Кога агробизнисот се анализира од оваа перспектива, фактички треба да се реши дилемата дали за развивање на агробизнисот е подобро да се користат сировини и материјали обезбедени од земјава или пак тие да се увезуваат по поевтини цени, и која од овие опции ќе обезбеди подобри бенефиции за националната економија. На микроекономско ниво, интересот на бизнисот е да ги оствари своите цели и да постигне што повисок профит. Тука се сретнуваме со различни намери и цели што често тешко е да се усогласат.

Како што веќе укажавме од теоретски аспект и во рамките на претходните поглавја, во природата има различно количество ресурси на различни делови во светот. Одговорот во современиот свет сè уште не е конклузивен во поглед на прашањето дали земјите треба да се фокусираат врз управување и користење на расположливите ресурси или пак да увезуваат од други земји. Некои земји имаат изобилство од некои ресурси, а други имаат недостиг од нив и затоа последниве се присилени нив да ги увезуваат. Природните услови се различни во Сахара, Арктикот, басенот на Амазон и Македонија. Но, специфичните карактеристики и различните услови не индицираат неопходност дека фокусот треба да биде ставен само врз она што го нуди непосредната околина. Меѓусебната условеност на

земјите ги прави луѓето да тргуваат со нивните ресурси и производи. Ова е начинот на кој што светската економија стана поинтегрирана. Во агробизнисот, недостатокот од одредени производи не претставува неповолност доколку иновирањето, технологијата и “know-how” се способни нив да ги обработат или трансформираат во производ со додадена вредност. Во следното поглавје ќе ги испитаме и анализираме овие аспекти, со цел да се најдат релевантни решенија и одговори.

5.1 Улогата на агробизнисот во општеството и националната економија

Улогата на агробизнисот во националната економија на една земја е голема, а населението е од витално значење бидејќи општеството не може да постои без него. Така, ако едно место е индустриски развиено со високи приходи по жител, тогаш тоа може да го занемари развојот на агробизнисот, но доколку тоа место нема услови и природни ресурси, тогаш ќе треба да се фокусира на увоз на готови производи од страна на другите сектори ако има поголема придобивка. Аналогно на ова, улогата на агробизнисот во националната економија треба да се разгледа на три нивоа: а) во рамките на самиот сектор б) во однос со другите сектори во националната економија, и в) важноста на странските пазари.

Во текот на последните неколку години постоеше тренд на намалување на улогата на владината инволвираност во секторот на агрокултурата со обид да се либерализира трговијата со намалување на тарифите, имплементирање стандарди, олеснување на движењата на стоките и луѓе, привлекување СДИ. Овие напори краткорочно можат да бидат болни, но прилагодувањето долгорочно може да донесе повеќе придобивки. Посебно ранливи на штетните ефекти на таквите напори односно иницијативи се ситните производители, што често се земаат како таргет за развој заради ублажување на сиромаштијата. Заради намалување на негативните ефекти врз малите учесници, постреформската ера треба да вклучи ефикасна стратегија на прилагодување и компоненти за овозможување пазарни

поттици. Со овој пристап, агробизнисите во иницијалната фаза, без владина поддршка, ќе тежнеат да ги надминат проблемите во врска со пазарните несовершености сè додека тие не станат конкурентни учесници. Помала е веројатноста за малите агробизниси дека тие ќе постигнат нивна целосна пазарна интеграција се додека трае реформата со цел да се проценат исходите и да се утврдат непосредните идни предизвици.¹⁴⁶ Тогаш агробизнисот може да го помогне руралниот развој и да ја зголеми продуктивноста, што е многу потребна за ублажување на сиромаштијата во руралните подрачја, кои се трудољубиви и поинтензивни како потенцијал за развој на интегрирана одржлива агрокултура и агробизнис. Меѓутоа, имплементацијата на оваа стратегија не може да ги гарантира очекуваните резултати бидејќи фармерите во руралните подрачја се соочени со поголем број бариери, што ги спречуваат да ги материјализираат приликите и да се интегрираат на пазарот. Иако економските политики можеби нив ќе ги фаворизираат, повторно, тоа е самиот пазар, кој ќе го детерминира исходот. Малите фармери во руралните подрачја имаат мало искуство во водење бизнис, слаба организација, недоволно информации за пазарите, технологијата, техничка помош, *know-how*, и тие се поограничени во пристапот до кредити. Владините политики обично се фокусираат врз идентификување на предусловите во руралните подрачја за да се подготви национална стратегија за поддршка на руралниот развој.

Како резултат на географската и типографската положба, Република Македонија се наоѓа во центарот на Источна Европа, со медитеранска клима и плодна почва и со услови за одгледување разновидни растенија. Земјата, што се користи за земјоделско производство се наоѓа на висина од 50 до 900 метри. Летниот период и раната есен се суви и топли, а зимата со снег и ниски температури. Најголемите врнежи од дожд се во рана пролет и доцна есен, кои понекогаш предизвикуваат и поплави. Во текот на вегетацијата, водата е ограничувачки фактор за интензивно земјоделско производство. Поради оваа причина, развојот на земјоделството се соочува со голем број предизвици, кои бараат структурни реформи, либерализација на трговијата и зголемена

¹⁴⁶ Stanton, Julie V. (2000), "The Role of Agribusiness in Development: Replacing the Diminished Role of the Government in Raising Rural Incomes", *Journal of Agribusiness*, Vol 18, No. 2, pp. 173-187.

конкуренција, спроведување на условите на ЦЕФТА договорот со соседните земји и 27 земји членки на ЕУ, кои исто така имаат за цел членство во Светската трговска организација (СТО). Овие предизвици можат да бидат исполнети со потпирање врз реформата во јавните институции и политики за спроведување на мерките за поддршка на руралниот развој¹⁴⁷.

Со идентификување на потенцијалот и перспективите за развојот на земјоделството, Владата и нејзините институции покажаа дека се посветени на зголемување на развојот во овој сектор. Растот на земјоделството и агробизнисот не значи дека ќе доведе до зголемување на БДП во однос на другите сектори, но ќе доведе до модернизација и профилирање на највисоко ниво. Во воведниот дел на оваа дисертација беше нагласено дека уделот на земјоделството во развиените земји значително опаѓа, но во исто време се зголемува и има голем раст и во другите сектори. Ова значи дека во однос на земјоделството и агробизнисот, вредноста создадена во другите сектори е поголема и со тоа се зголемува нивното учество во БДП. Сепак, потребно е соодветно учество на агробизнисот како предуслов за развој. Развојот на агробизнисот и преработката на производи доаѓа со големата побарувачка за развој на индустријата. Сега не постои сомнеж ниту од страна на креаторите на политиката ниту од економистите во врска со потенцијалот и перспективите на земјоделството во Р. Македонија. Овој потенцијал се базира на условите на животната средина, погодна за земјоделско производство, евтината работна сила и акредитираниот персонал за контрола и сертифицирање на органското производство. Овој вид храна е баран на европските пазари, затоа што е многу здрава. За земјоделците, во традиционалното земјоделството, ова е поддржано со кредити за органска храна, но исто така и за преработка на производи со органско потекло, според стандардите за органско производство¹⁴⁸.

¹⁴⁷ МЗШВ (2007), 'Национална стратегија за земјоделство и рурален развој за периодот 2007-2013, МЗШВ на РМ, Скопје.

¹⁴⁸ Просечниот износ на кредит од ПроКредит Банка, е околу 15 милиони денари со каматна стапка од 7%. Рокот на отплата е продолжен до 10 години. Повеќе види во "Капитал" (2012), Агробизнисот има голем потенцијал за развој во Македонија, Интервју Емилија Спировска Член на Управниот одбор на ПроКредит Банка, најдено на следнава интернет страница: http://www.kapital.mk/mk/magazin/89328/agrobiznisot_ima_golem_potencijal_za_razvoj_vo_makedonija.aspx.

Улогата на земјоделството во националната економија подобро може да ја разбереме од значајните стратешки документи на Владата. Така, Владата на Република Македонија, го вклучува развојот на земјоделството во контекст на целокупната стратегија на економскиот развој, а периодично се подготвува и посебна стратегија за земјоделството. Праксата на развивање соодветна стратегија за овој сектор започнува да се спроведува од 2003 година со целите на развојот и интеграцијата на регионалните пазари. Првиот важен чекор е постепено елиминирање на царините за земјоделските производи, кои влијаат на буџетските приходи, со што се забележува нивно опаѓање, но значително се олеснува движењето на стоките¹⁴⁹.

За улогата и придонесот на земјоделството се запознаваме во рамките на третата глава. Вработувањето во земјоделството и руралните средини е многу тешко да се утврди поради природата во овој сектор, кој е под големо влијание на годишните времиња. Така, се случува, поголемиот дел од работниците и домаќинствата во текот на летото и есента да се занимаваат со земјоделство, а во текот на остатокот од годината тие можат да најдат работа во други подрачја, како што се на пример градежништвото и трговијата. Но, освен вработеноста во земјоделството, тука е и плаќањето, кое е уште повеќе збунувачки, кога се имаат предвид лицата во домаќинствата кои не се платени за нивната работа, а ги користат приходите на заедничката потрошувачка во домаќинствата.

Во областа на промоцијата на земјоделството и агробизнисот, како и за развојот и заштитата на животната средина, Владата на Република Македонија изготви стратегија за развој на туризмот 2009-2013 година. Главниот фактор на оваа стратегија е континуираното зголемување на бројот на туристи за периодот 2002-2008 од 122.861 на 254. 957, иако овие податоци се приближни. Недостатокот на точни податоци од туристичкиот сектор се потврдува и при обид да се анализираат финансиските и економските придобивки. Класификацијата на податоците е несоодветна, при што имаше тешкотии во идентификацијата на

¹⁴⁹ МЗШВ (2003), 'Годишен земјоделски извештај', МЗШВ на РМ, Скопје.

хотелите и рестораните, или оние кои најмногу се поврзани со храната. Врз основа на големината на територијата и населението, Р. Македонија може да се спореди со Албанија и Словенија, но Словенија има БДП по жител речиси шест пати поголем од Албанија и Македонија, а со тоа и обемот на туризмот е на високо ниво, но има и услови за раст. Поради нејзината загриженост за бавниот економски развој, Владата предвидува просечен годишен пораст од 8% на годишно ниво од 2013 година. Руралниот туризам е нова активност за Македонија и на ова подрачје се прават напори за негово зголемување¹⁵⁰.

Туризмот не само што создава повеќе работни места, туку индуцира и зголемување на други индустриски сектори. Ова е познато како мултипликативен ефект, кој во својата најосновна форма, всушност, е показател за тоа колку пати парите потрошени од страна на туристите циркулираат во економијата. Парите потрошени во хотел помагаат да се креираат нови работни места директно во хотелот, но со нив, исто така, се создава синџир на економски активности. На пример, хотелите купуваат храна од локалните земјоделци, кои пак, (од нивна страна) со дел од тие пари купуваат вештачки ѓубрива, гориво и облека. Производителите, трговците на мало на овие горива, ѓубрива или облека ги трошат нивните добиени пари на друго место. Овој синџир на трошење продолжува да создава дополнителна економска активност.

Странските инвестиции за Македонија претставуваат една од најважните компоненти за подобрување на конкурентноста. Владата презема многу мерки кои се конкретно насочени кон привлекување на СДИ, вклучувајќи ги тука: заштитата на странските инвеститори од политички ризик, нудење олеснувања околу даноците, предностите во индустриските зони за технолошки развој (*TIRZ-Technology Development Industrial Zones*), овозможување на странските инвеститори да го вратат целосно нивниот профит дома и етаблирање на едношалтерски систем.

¹⁵⁰ Министерство за економија (2012), 'Национална стратегија за развој на туризмот 2009 – 2013', Министерство за економија, на РМ, Скопје.

5.2. Економскиот амбиент и агробизнисот во Република Македонија

Општото скенирање на амбиентот за водење бизнис во Р. Македонија беше прикажано во рамките на третата глава на овој труд, но тоа се однесува само за минатата година. Исто така, за целокупниот амбиент дискутиравме во рамките и анализите SWOT и PEST. Во овој дел на дисертацијата ќе направиме краток приказ на економското окружување врз основа на методите на Светска банка за водење бизнис во текот на последните 3 години. Општите услови се однесуваат на водењето бизнис и на субјектите кои работат во агробизнисот. Сепак, во секторот на земјоделството и агробизнисот има некои клучни разлики од другите сектори. *Прво*, елиминирани се повеќето тарифи и препреки за надворешна трговија за прехранбени производи. *Второ*, поддршката во форма субвенции од државата сè уште продолжува.

Во 2012 година, Македонија беше рангирана на 22-то место по севкупниот пласман од вкупно 183 економии во светот ,кои се вклучени во извештајот и методите на Светската банка за водење бизнис, кои покажаа подобрување од 12 поени во однос на претходната година. Најголемите подобрувања се регистрирани во рамките на градежниот бизнис, во делот на издадени дозволи за градење (за 86 поени). Трите најглавни пречки за водење бизнис беа: неформалниот сектор, тешкиот пристап до финансиски средства и политичката нестабилност. Заради ниските инвестиции, Република Македонија го отвори поголемиот дел од своите сектори за странските инвеститори, олеснувајќи ги законските ограничувања за индустриска сопственост, но сè уште има некои ограничувања во секторите на странскиот капитал до максимум од 49%. Во стратешките сектори како што се преносот на електрична енергија, железничкиот товарен транспорт, воздушниот превоз, и отпадот сè уште доминираат јавните претпријатија. Нивната монополска положба, како и тешкотиите во добивањето на лиценците за работа, го прават тоа уште потешко за странските компании да се вклучат во овие сектори. Слободата во економијата е со резултат од 68,5, и е рангирана како 43-та во индексот на

2012¹⁵¹.

Економската активност е малку побавна во 2012 година, но растот продолжи и во текот на 2013 година. Очекувањата за економски раст зависат од тоа дали во Македонија се разбере важноста на странските директни инвестиции и потребата од преземање мерки заради отстранување на тешкотиите. Со поголемите инвестиции од странство, исто така, може да се подобри и извозот, каде агробизнисот претставува еден од клучните сектори во кој странските инвеститори можат да ги изразат нивните интереси. Подобрувањето на внатрешните услови и можности, се чини бавно, особено во обновувањето на извозната побарувачка, поголема пенетрација на пазари и ризикот од финансиските пазари во Еврозоната. Пред една година, зимските температури придонесоа за покачување на цените на енергијата и намалување на БДП од 0,8%. Исто така се забележа и пад на индустриското производство и инвестиции. Растот во 2013 година остана скромн во првата половина. Инфлацијата во првите три-четири месеци во 2012 година беше 3,3% (повеќе од предвидените 3%). Според Народната банка на Р. Македонија, “инфлацијата за 2013 година ќе се движи помеѓу 3,5 и 3,2%”¹⁵².

Македонија страда од високата стапка на невработеност, која, според официјалната статистика се движи околу 30%. Но, таа не вклучува голем број лица, кои работат во неформалниот сектор, кој се проценува на околу 15-20% од БДП. Меѓутоа, долгорочната невработеност е многу очигледна кај младите луѓе, руралното население, етничките заедници и лицата со ниско образование. Владата продолжи со своите напори да обезбеди образование за поголем број студенти и подобрување на професионалната обука за возрасните. Трошоците за образование се зголемија од околу 3% од БДП во 2007 година на околу 4% во 2008 година. Голем дел од овие трошоци отидоа во реновирање училишни згради и купување ИТ опрема. Помеѓу 2001 и 2007 година се зголеми бројот на студенти во високото

¹⁵¹ World Bank (2012), ‘Business Environment Snapshot for Macedonia, FYR’, Eastern Europe & Central Asia, се најде во интернет страница: <http://rru.worldbank.org/besnapshots/BecpProfilePDF.aspx?economy=Macedoni FYR>.

¹⁵² Светска Банка (2013), ‘Партнерство со Република Македонија Слика на програмата на земјата’, Светска Банка, Скопје.

образование. И покрај овие напори, вкупното ниво на образование и обука на работната сила е сè уште релативно ниско и продолжува со неусогласеност помеѓу вештините на работната сила и условите за негова примена во претпријатијата. Попроблематична е ситуацијата со трудот во случаи на странски инвестиции, што предизвикува тешкотии во трансферот на технологијата бидејќи нејзината употреба треба да се извршува со квалификувана работна сила, која знае како да ги користи или барем со лица квалификувани до степен за нивно брзо адаптирање во однос на начините за употреба. Трансферот на технологијата често мора да вклучува и физички пренос на машини и технологија, трансфер на знаење и нематеријални вештини. Освен позитивната страна, овој вид на трансфер има и негативни страни, кои се манифестираат во недостаток за локалната корист. Даночниот систем има за цел да ги привлече потребните инвестиции за да се намали невработеноста. Од 1 јануари 2011 година, прагот за данок на додадена вредност (ДДВ) изнесува околу милион денари (околу \$ 46.000), додека даночниот период зависи од вредноста на вкупниот промет на даночните обврзници во годината.

Извозот на стоки и услуги е ослободен од ДДВ. Понекогаш извозниците можат да платат ДДВ и подоцна да бараат надомест за тоа во рок од 30 дена. Во пракса, бизнис-заедницата има тенденција да се жали на одложувања во рефундирањето. Акцизите се јавни давачки за ограничен број артикли, вклучувајќи ги нафтените производи, тутунот, алкохолот и безалкохолните пијалаци. Провизијата варира од 5 до 62%. За мали бизниси, кои се занимаваат со небанкарски активности, финансии, осигурување, или забава не надминува 3.000.000 денари (околу \$ 70.000), што се плаќаат како 1% данок од нивниот вкупен приход. Македонија има воспоставено т.н. индустриски развојни зони, каде што инвеститорите во иновативните активности се ослободени од даноци за период од 10 години, ако тие ги исполнуваат условите за иновации¹⁵³.

¹⁵³ UNCTAD (2012), 'Investment Policy Review Republic of Macedonia', UNCTAD, Geneva

5.3 Улогата на локалните власти и агробизнисот

Локалната самоуправа и руралното население се последната алка, иако тие се најважни во имплементацијата на стратегии за развој на земјоделството бидејќи се играчи кои се директно вклучени. Земјоделските и агробизнис претпријатијата во земјите во развој, главно се со мали димензии, и се занимаваат со одгледување земјоделски производи или со маркетинг, транспорт и други услуги. Тие можат да бидат ограничени со земјиште и капитал. Владата има добри причини и интерес во поддржувањето на локалниот економски развој, со цел да ја намали тежината и обемот на нејзината работа, и да овозможи поголема вклученост на локалните власти во креирање приходи за државата. За да станат попривлечни алтернативите за поддршка и развој на земјоделството треба да се разберат причините на реформи и начините за постигнување на конкретните цели. Имено, во време на големи промени, алтернативниот сектор, кој одговара на новите можности, зависи од достапноста на соодветните фактори на производство, како што се: семиња, хемиски средства, наводнување и вршењето работа која најчесто е финансирана преку кредити. Локалните реформи вообичаено се поскапи во обезбедувањето инпути доколку се отстранат субвенциите¹⁵⁴.

Во Р Македонија, улогата на локалната самоуправа во одлучувањето и управувањето како актер во развојот на земјоделството и агробизнисот, останува ограничена. Имено, доминантната улога сè уште ја има централната власт и нејзините политики, вклучувајќи тука задачи и обврски за локалните власти. Подобрувањето на животниот стандард на руралното население бара обезбедување подобри јавни услуги. Како резултат на новата институционална реалност наметната од страна на тековниот процес на децентрализација, непреченото функционирање на општините е од клучно значење за остварување на таа цел. Општините ги обезбедуваат клучните јавни услуги и инфраструктура за граѓаните и локалните бизниси. Општинските власти вршат контрола врз 7% од

¹⁵⁴ Julie V. Stanton (2000), "The Role of Agribusiness in Development: Replacing the Diminished Role of the Government in Raising Rural Incomes", *Journal of Agribusiness*, Vol. 18, no. 2, pp. 173-187.

јавната потрошувачка, бројка која веројатно ќе расте. Локалните власти треба да создадат добри меѓуетнички односи, со цел да се приближат до граѓаните. Република Македонија се соочува со двоен предизвик, кој се состои во зголемување на инвестициите во комунални услуги и справување со слабостите во функционирањето на општинската власт и локалните заедници. Во справувањето со овие предизвици се инвестира со значителни ресурси со цел да се подобрат нивните способности за управување со нивните услуги и ресурси, вклучувајќи ресурси кои придружуваат влез во ЕУ. Општинските власти ќе преземат поголема улога за која тие во моментот не се подготвени. Општините се соочуваат со предизвиците во врска со нивниот слаб институционален капацитет за управување со нивните инвестиции, одговорности и услуги, од кои многу имаат стратегии, но не се финансиски стабилни. Потребата за реформа на услужниот сектор е нашироко позната во земјата.

Проектот за подобрување на општинските услуги, финансиран од Светската банка, е фокусиран врз подобрување на транспарентноста, финансиската одржливост и обезбедување на услуги во некои општини, кои се првично избрани за натпреварување услуги, како што се водоснабдувањето, управувањето со отпадните води и цврст отпад, енергетска ефикасност, јавен превоз и други услуги под надлежност на општините. Со ова, општините се обезбедуваат со заеми за инвестиции во јавни услуги, кои генерираат приходи и други инвестициски проекти и гаранции како приоритет на техничка помош за подготовка на потпроекти, градење на капацитетите на локалните општини и комунални претпријатија, како и институционално зајакнување на национално ниво.

Македонија има релативно добар катастарски систем. Со помош на Светската банка, Владата презеде голем чекор во реформата на катастарот на недвижности и регистрација на правата на недвижностите. Агенцијата за недвижности се трансформира од техничка организација фокусирана на геодетски услуги во организација за својствата на корисникот. Сега, Владата е фокусирана на понатамошно подобрување на регистрацијата и катастарските услуги на

обезбедување и подобрување на националните податоци во однос на точноста и комплетноста. Проектот финансиран од Светската банка и помага на Агенцијата за катастар на недвижности во: *а*) постоечката дигитализација на катастарските мапи и планови, *б*) обезбедување информации во графички веб географски информативен систем заради олеснување на пристапот на граѓаните до информациите од јавниот и приватниот сектор, *в*) ажурирање на инфраструктурата, геодетското подобрување на точноста и ефикасноста, и *г*) подготовка на стратегијата и почетокот на спроведувањето на инфраструктурата, податоци за просторната животната средина. Инвестицијата од Светска банка ја поддржува Канцеларијата за управување со имотни односи, престанок на приватизација на градежно земјиште и легализација на бесправно изградени објекти и за подобрување на капацитетот за управување со државниот имот. Покрај тоа, предвидено е и обезбедување во случај на ризик од природни катастрофи како земјотреси и поплави. Во земјотресот во 1963 година загинаа повеќе од 1.000 луѓе, а оштетени беа 80% од зградите во Скопје. Помеѓу 1989 и 2006 година, поплавите изнесуваа 44% од природните катастрофи. Исто така, податоците од последните 20 години покажуваат зголемување на фреквенцијата на природни катастрофи и интензитетот на поплавите. Овие чести несреќи претставуваат значителен предизвик за финансискиот капацитет на Владата да им помогне на граѓаните и бизнисите во обновување на средствата и продуктивниот капацитет. На пример, во 1994 година штетите од поплави беа околу 77 пати поголеми од средствата доделени од страна на Владата за итни случаи во таа година¹⁵⁵. За да им помогне за ублажување на влијанието на идните катастрофи, Македонија се приклучи на регионалната програма за ризиците и осигурување од катастрофи. Оваа програма ќе се поддржи од земјите од Источна Европа и Кавказ во нивните напори да го зајакнат својот сигурносен сектор, обезбедување пристап до реосигурување преку учество во Нова Европа, во компании за реосигурување од катастрофи и финансирање обврски. Светската банка го финансира учеството на Република Македонија во оваа програма. Програмата обезбедува суштинска и техничка помош за моделирање на ризикот во земјите учеснички, дизајни за

¹⁵⁵ Светска Банка (2013), 'Партнерство со Република Македонија Слика на програмата на земјата', Светска Банка, Скопје.

следење катастрофи, мали станици кои го следат времето во однос на веројатноста за појава на природни непогодни, регулаторни реформи и политики за да се создаде поволна пазарна средина.

Дури и во случаи каде што локалната власт има капацитет и ресурси неопходни за да се дејствува во знак на поддршка на развојот на земјоделството со своите надлежности, потребно е вклучување и координација на активностите со локалното население. Локалната власт има овластување да го регулира теренот и грижата за животната средина да биде користена рационално и плански, како што се на пример, забраната за убивање диви животни и нивна употреба за храна, со цел да не се загрози постоењето и зголемувањето на нивниот број (зајаци, диви свињи, мечки, разни видови птици), заштитата од неконтролирано сечење на шумите, што може да предизвика ерозија и намалување на растенијата; недефинирањето на индустриските зони во одредени места ризикува понатамошно намалување на земјоделскиот земјишен фонд, итн. Населението од друга страна има свои ексклузивни права на одлуки во врска со нивното земјоделско земјиште (продажба, закуп, пренесување на своите дозвола од општината).

5.4 Стратегиите за раст и развој на агробизнисот во Република Македонија

Со учество од 11% во БДП, земјоделството е на трето место по големина во македонската економија. Во 2012 година овој сектор обезбеди вработување за 18% од работната сила. Околу 41% од земјиштето е земјоделско земјиште, од кое половина е обработливо. Земјиштето е високо фрагментирано, а просечната големина на приватните имоти во домаќинствата е околу 1,7 хектари, поделени на 2-3 парцели во просек. Ова парцелизирање доведе до неефикасно користење на земјоделското земјиште и зголемување на трошоците. Кои фактори придонесоа за парцелизирање и намалување на земјоделско земјиште? Вкупното земјоделско земјиште се намалува како резултат на миграција на луѓето од селата во градовите

и урбаното користење на земјиштето за други неземјоделски цели. Добитокот се намалува со текот на времето. Најголем пад е забележан кај бројот на кози, овци и живина. Сточарското производство е концентрирано главно во планинските области во северниот, западниот и источниот дел на земјата. Производството и преработката на органски производи е во пораст. Имаше значителен пораст во бројот на земјоделците кои се вклучени во органско производство, од 50 во 2008 година на 350 во 2012 година. Истото важи и за земјоделско земјиште за органско производство, чиј фонд е зголемен од 266 ха во 2008 на 1700 ха во 2012 година¹⁵⁶.

Националната стратегија за земјоделство и рурален плански развој 2007-2013 ги поставува следниве шест клучни приоритети за раст и развој на земјоделскиот сектор: а) подобрување на конкуренцијата, б) подобрување на квалитетот и безбедноста на храната, в) подобро управување со ресурсите, г) подобрување на условите за живот во руралните средини, д) реформирање на регулаторната и институционалната рамка, и е) спроведување институционални реформи во Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство. Светската банка продолжува да помага во зајакнување на капацитетот на Министерството за земјоделство и го поддржува земјоделството на начин и во согласност со ЕУ. Ова вклучува подобрување на способноста на Министерството да формулира и имплементира ефективни политики и зголемување на ефикасноста на јавната потрошувачка во земјоделството.

Стратегија за земјоделство и рурален развој за периодот од 2013 – 2017 веќе ја анализираваме претходно, но неопходно е повторно да се навратиме кон неа, со цел да се испита состојбата, напредокот и развојот на овој сектор и на агробизнисот. Имено, кога станува збор за квалитет и стандардизација на производите, голем број од свежите производи не ги исполнуваат стандардите (јаболка, домати, трпезно грозје) и поголем дел од пазарите во поранешните југословенски републики (Хрватска, Словенија и Босна и Херцеговина) се изгубија. Одгледувачите на јаболка, кои се занимаваат со сорти од понизок

¹⁵⁶ Светска банка (2013), 'Партнерство со Република Македонија Слика на програмата на земјата, Светска Банка, Скопје.

квалитет, не се присутни на пазарот на ЕУ. Земјоделците имаат слабо познавање за стандардите на квалитет за многу култури. За постигнување на поставените стандарди за квалитет, производителите треба да иницираат создавање брендови врз основа на уникатни карактеристики. Оваа иницијатива може да дојде само на крајот на еден период преку воспоставување критериуми за сертификати за квалитет.

Во врска со сегашната политика на субвенции од Министерството за земјоделство, треба да се напомене дека на овој начин се стимулира потребата од позитивни промени, како што е донесувањето нови сорти и технологии, имплементација на "добра земјоделска практика" и подобрување квалитетот на производство. Субвенциите се важни за натпревар во Македонија пред да пристапи кон ЕУ, како и да се создадат услови за постепено прилагодување кон режимот на Заедничката земјоделска политика на ЕУ. Како дел од подготовките за членство, Македонија во моментот врши корекција и усвојува голем број закони со цел да се задоволат барањата за идното членство во ЕУ. Подзаконските акти со кои се регулира нивното спроведување би можело да предизвика големи проблеми со оглед на ситуацијата на теренот и земјоделските апликации. Партнерското снабдување на мрежата и лобирањето за интересите на земјоделците со други актери во агробизнисот се ограничени. Плановите за производен развој, или каква било форма на договор меѓу организаторите на производство на земјоделски производи / купувачи и земјоделците, е многу ретка. Клучна алка е водата за наводнување за производство на овошје и зеленчук за да се зголеми конкурентноста со оглед на климатските услови кои преовладуваат во Македонија. Неопходно е да се обезбеди брза експанзија на наводнувањето во овие области. Негативните влијанија од недостаток на системи за наводнување, на пример, е евидентно во падот од 15% кај производството на грозје во 2008 година во споредба со 2007 година.

Во однос на обработката на овошје и зеленчук, во Македонија има околу 55 компании. Повеќето од овие компании се наоѓаат во регионите на Струмица, Гевгелија и Кавадарци. Вкупниот капацитет за преработка на овошје и зеленчук е

околу 175.000 тона. Просечната искористеност се зголеми од 27% во 2005 на 32% во 2008 година. Црвената пиперка е најважната суровина во преработувачката индустрија на зеленчук, што претставува речиси 50% од вкупните суровини за обработка. Индустрискиот "ајвар" и замрзнатите пиперки беа најважните индивидуални производи кои придонесоа со 17% во вкупното производство. Индустријата за преработка на овошје и зеленчук е извозно ориентирана, извезувајќи околу 80% од нејзиното вкупно производство. Главните извозни пазари се ЕУ и соседните држави. Околу 56% од извозот отиде во пазарите на ЕУ, а вториот најголем пазар е Србија. Извозот на овие производи во 2008 година изнесуваше во вредност од 358.000.000 €, што претставува зголемување од над 27% во споредба со 2007 година.

Освен горенаведеното, производството на вино претставува исто така многу важен македонски агробизнис со 90 регистрирани винарски визби, кои имаат индивидуален капацитет за производство од 10.000 до 55 милиони литри. Се проценува дека, само големите визби (како Тиквеш) произведуваат 30% од вкупното производство на вино, што заедно со пет други фирми сочинуваат 80% од вкупното производство. Капацитетот за производство на црвено вино (60%) е повисок од она за бели вина (40%). Во врска со извозот на македонското вино, може да се нагласи дека поголемиот дел од виното се извезува како наливно (85-90% волумен). Главните извозни пазари за македонските вина се пазарите на поранешна Југославија (Србија со 67%, 14% во Хрватска, Босна и Херцеговина со 3% од вкупниот волумен), додека во ЕУ главен пазар за македонските вина е Германија (2,9% од вкупниот волумен)¹⁵⁷.

Стратегијата за земјоделство и рурален развој 2013-2017 има добро дефинирани цели и мерки, но недостасува конкретна врска во секторот на агробизнисот. Ова значи дека иако агробизнисот зависи од развојот на земјоделството, тоа сепак бара ексклузивна стратегија за негов развој. Посебната стратегија за развој на агробизнисот очигледно треба да ги земе предвид инпутите од стратегијата за земјоделство и рурален расов. Не само што овие две стратегии

¹⁵⁷ EPI Centar International (2009), "Agribusiness Sector Assessment Review": <http://macedonia.usaid.gov/Documents/Agribusiness%20Sector%20Assessment%20Review%20Report%20July%202009.pdf>.

стануваат меѓусебно зависни, туку може да се тврди дека стратегијата за земјоделство и рурален развој станува покорисна во имплементацијата како и во очекуваните резултати од страна на стратегијата за агробизнис. Елаборирањето на стратегијата на агрокултура е со цел да се зголеми продуктивноста, вработувањето и приходите, но ова треба да биде над синцирот на додадена вредност за агробизнисот. Аутпутот на агробизнисот е од исклучително значење за потрошувачката и потенцијално за извозот. Меѓутоа, националната стратегија за развој на агробизнисот понатаму може да ја зголеми и вредноста агрокултурните производи. Во принцип, може да биде корисно и полезно да се најдат начините за индустриска обработка на продуктите дома бидејќи тоа има две значајни предности: *Прво*, помал увоз на свежи производи и поголеми изгледи за извоз од страна на компаниите од секторот на агробизнисот. *Второ*, тоа го зголемува бројот на трансакциите во рамките на земјата, односно, залошбата за поголема работна сила и ресурси. Во пракса, оваа стратегија бара детална анализа, со цел да се идентификуваат потенцијалните можности за начинот на насочување на голем дел од агрокултурниот сировински производ или аутпут кон индустриска обработка. Како што беше претходно нагласено, примарната цел на стратегијата за развој на агрокултурите е да се направи аутпут, а ова фактички е добра основа за агробизнисот. Меѓутоа, фармерите, најмногу малите, најпрво ќе пробаат да го продадат нивниот аутпут на локалниот и странскиот пазар за да генерираат побрзо приходи преку продажба. Исто така, тие можат да го продадат нивниот аутпут побрзо доколку постои и се имплементира поцврста соработка со агробизнисот. Ова е местото каде што може да се оправда препораката за развој на агробизнисот. Самата стратегија за агробизнис ја управува или поткрепува стратегијата за развој на земјоделството. Рационално е најпрвин да се идентификуваат капацитетите, барањата (условите) и изгледите за агробизнисот, што како возврат претставува понуда за земјоделството што да произведува, кои количини и каде нив да ги продава. Но, како ова може да се реализира ? Како одговор на ова, може да се нагласи дека, исто како што националната стратегија за развој на земјоделството и руралниот развој ги содржи податоците за аутпутот, субвенции, расположливо земјиште и планови, таква би била и стратегијата за агробизнисот преку собирање на релевантните податоци од претпријатијата.

Податоците постојат и се лесни за собирање и нивно поврзување за анализи, односно целиот аутпут на дневни производи (млеко, сирење, јогурт, салами), пијалаци, леб и многу други, опсервирање на нивната потрошувачка, цените, трговијата и бројот на претпријатијата во овој сектор на национално ниво. Тоа би дало една општа, но многу корисна слика за идентификување на трендот, потенцијалите и подрачјата за проширување на развојот на агробизнисот.

5.5 Перспективите за развој на агробизнисот во Република Македонија

Македонскиот агробизнис има проблем со обезбедување сезонски работници во согласност со законските прописи. Правните прашања директно влијаат на економските перформанси на компаниите во нивната продуктивност и конкурентност на домашниот и меѓународниот пазар. Овој проблем е особено важен за работниците, кои се ангажирани сезонски (т.е. привремено). Компаниите треба да вработат сезонски работници и да бидат регистрирани во согласност со Законот за работни односи. Голем дел од овие сезонски работници се регистрирани во различни категории, како: невработени, корисници на социјална помош, пензионери, земјоделци, вработени (во форма на дополнителна работа) и студенти. Во агробизнисот е многу тешко да се ангажираат привремени работници. Вработените не сакаат да ги загубат своите социјални бенефиции. Заради оваа ситуација, вработувањето во овој сектор е многу тешко.

Бизнис конфедерацијата на Македонија (КВМ) е организација чија главна цел е да ги застапува интересите на своите членови пред социјалните партнери и Владата на Република Македонија. КВМ е независна, невладина, непрофитна и доброволна организација. Македонскиот агробизнис, вклучувајќи и преработка на храна, е еден од најсилните сектори. Прехранбената индустрија е особено извозно ориентирана и е во постојан раст. Според неодамнешната студија на УСАИД спроведена врз повеќе од 270 претпријатија ориентирани во потсекторите за земјоделство и извоз (за обработка на овошје, зеленчук, месо, вино и тутун), вкупниот број сезонски работници изнесува 23%. Како што е наведено во

студијата: “повеќето компании (50%) велат дека причината за недостигот на работа е несогласувањето меѓу компетентноста и квалификациите на работната сила кон потребите на компанијата. Со цел да го надминат проблемот со недоволен квалитет или сиромашна работна сила, компаниите кои се вклучени во истражувањето применуваат различни стратегии. Во просек, една четвртина (25%) од компаниите одлучиле да вклучат постари работници или работници со полно работно време. Компаниите се соочуваат со три главни категории проблеми за вработување сезонски работници, што се однесуваат на неефикасните регулативи или недостаток на регулаторна флексибилност (19%), вишок трошоци за работна сила (16%) и финансиските тешкотии на компаниите (13%).¹⁵⁸

Главната пречка за развојот на агробизнисот во Р. Македонија се состои во фактот што државата е соочена со висок степен на сиромаштија. Во овој контекст, системот за социјална заштита е под притисок да одговори на зголемувањето на бројот на сиромашни граѓани. Во декември 2009 година, од вкупниот број домаќинства во Република Македонија (564. 296), само 9,4% (53.105 домаќинства) беа со социјална поддршка. И покрај напорите за намалување на социјалните трошоци, помошта и учеството на маргинализираните групи во општеството, бројот на корисници значително се зголеми во последните две децении. Со измените и дополнувањата во Законот за социјално осигурување се создаде законска основа за развивање локални социјални функции и создавање програми за задоволување на потребите на општествените групи со ризик.¹⁵⁹

Соочена со економската и финансиската криза во 2008 и 2009 година, како и со цел да утврди стратешка рамка за развој во периодот од 2010 до 2020 година, Европската комисија го подготви документот под наслов "Европа 2020: стратегија за паметен, одржлив и инклузивен раст", што беше усвоен од страна на Европскиот совет на 17.06.2010 година. Во оваа Стратегија експлицитно е

¹⁵⁸ УСАИД (2010), ‘Извештај за истражување на регулативата и праксата во сезонските вработувања во агробизнисот во Република Македонија, УСАИД, Скопје, <http://www.cerm.com.mk/e-news/agro/m.pdf>.

¹⁵⁹ Институт за човекови права „Лудвиг Болцман“ –БИМ-ФВ, Скопје, (2011): “*Студија за сиромаштијата и социјалната исклученост во Република Македонија: Локални социјални проблеми и потреби*”.

наведено дека таа има подеднаква важност и за земјите кандидати за членство на ЕУ, како патоказ за забрзување на реформскиот процес во идните земји-членки. Во Македонија, институционалната структура за овие реформи го вклучуваат Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство (како надлежен орган за креирање и одржување на основната инфраструктура) и за регистрирање на фармите, Агенцијата за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој (која врши спроведување и контрола на национални програми за финансиска поддршка за земјоделството и руралниот развој, вклучувајќи ги тука и ИПАРД фондовите) и Агенцијата за храна и ветеринарство (која е одговорна за одржување на базата на податоци, идентификација и регистрација на животните). Системот за идентификација на земјишни парцели во 2012 година се користи како систем за идентификација и контрола на земјоделските земјишни парцели погодни за подрачја со ограничени карактеристики (парцелите се наоѓаат на надморска височина над 700 метри). До крајот на месец март 2013 година, повеќето фарми беа со дигитализирани парцели. Новиот Закон за земјоделство и рурален развој во 2010 година обезбеди основа на политиките за поддршка на земјоделски политики применети пошироко во Заедничката земјоделска политика на ЕУ, и вклучува одредби за јавна политика на управување, организација на пазарите со земјоделски производи, програмирање и спроведување на директните мерки за поддршка на земјоделството и руралниот развој.¹⁶⁰

Во светло на горенаведеното, неопходно е посебно да се нагласи дека најголемите предизвици се однесуваат на создавањето нови работни места, но исто така и во поглед на пенетрацијата на надворешниот пазар. Тековната фаза на развојот на агробизнисот е во контекст на процесот на зачленување на Република Македонија во ЕУ. Аналогно, по пристапувањето во ЕУ, се очекува дека конкуренцијата во агробизнисот ќе биде вистински предизвик за Република Македонија, како и исполнувањето на потребната диверзификација на индустријата за преработка на земјоделските производи.

¹⁶⁰ Министерство за труд и социјална политика (2013), *Национална стратегија за намалување на сиромаштијата и социјалната исклученост во Република Македонија* (ревидирана, 2010-2020), Скопје.

Ова е тврдење е нешто што многумина можат да го кажат. Но, основното прашање е како да се направи тоа? Бидејќи овде ние не пишуваме каква било стратегија за развојот на агроизнисот, можеме само да ги нагласиме некои од најважните прашања. Досега постоеле повеќе стратегии за земјоделството и руралниот развој припремени и имплементирани од страна на Владата на Република Македонија, но таква стратегија немало за агробизнисот. Некој би можел да помисли дека земјоделството и агробизнисот треба да се спојат бидејќи тие се тесно меѓусебно зависни, но во овој поглед не треба да се заборави дека агробизнисот може да се потпира на увоз на сирови земјоделски производи доколку нивната цена е пониска од оние на домашниот пазар. Во оваа смисла, агробизнисот може да не биде сосема поврзан со развојот на локалното земјоделство. Ние се рефериравме на повеќе примери за многу локални агробизниси кои целосно зависат од увозот на нивниот сиров материјал, но кои сепак повторно развиле производи со најпознати брендови, како на пример “Nescafe”. Бидејќи Македонија не е во позиција да направи каква било револуционерна иновација во агробизнисот, таа може да ги искористи приликите преку стратегија за агробизнисот. Земјоделството и руралниот развој треба да останат во рамки на истата стратегија бидејќи тие се тесно поврзани, но агробизнисот заслужува посебно и одвоено внимание бидејќи тоа дава одговор на она што треба да го направиме понатаму во овој сектор.

ГЛАВА VI – АНАЛИЗА НА АГРОБИЗНИСОТ ВО ПОЛОШКИОТ РЕГИОН – ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ

Полог е еден од главните региони во Република Македонија, во чии рамки има вкупно 9 општини и 184 населени места. Тој повеќе е познат како Полошка котлина поради рамнината која се наоѓа од градот Тетово до Гостивар, од каде го добил и неговото име. Неговата површина изнесува 2.416 км² или 10% од територијата на Република Македонија. Бројот на населението кое живее во овој регион изнесува 315.964 жители, а во овој поглед, Полог е најнаселениот регион после Скопје, заземајќи го притоа и второто место по густината на населението од 130,8 жители на еден км², што е и значително над националниот просек. Друга карактеристика, со која Полог се разликува од другите региони, се состои во фактот што тој има најмладо население (34 години) и најголемо учество на учениците до 14 години (18,7%). Во Табела 6.1 прикажани се општите и економските показатели на Република Македонија за 8-те региони во државата.

Табела 6.1: Општини и економски показатели во Р. Македонија според регионите во 2011 година

Регион	Полог	Вардар	Исток	Југозапад	Југоисток	Пела- гонија	Североист- о- чен	Скопје	Вкупно
Површина во км ² ^{a)}	2. 416	4. 037	3. 538	3 .341	2. 738	4. 720	2. 309	1. 813	2.491.2
Број на Жители	315 964	153.822	179.387	221.517	173.056	233.628	175.266	605.899	2.058.539
Густина на 1 км ²	130.8	38,1	50,7	66,3	63,2	49,5	75,9	334,2	82,6
Просечна старост	34	39	39	37	38	40	36	38	38
Популација до 14 години (%)	18,7	16,0	15,0	16,8	16,7	15,5	18,6	18,3	17,3
Број на бизнисите	7.100	5.858	5.845	7.385	6.248	8.308	4.279	28.095	73.118
GDP per capita (ден)	98.848	206.667	206.770	155.572	219.714	225.437	108.664	314.809	211.246
Работна сила	250.398	126.086	149.108	179.157	140.279	190.697	139.110	481.379	1.656.215
Вработеност	30,0	38,0	48,7	32,4	64,4	43,8	21,7	38,9	38,9
Месечна плата во денари	29.127	23.649	22.261	27.342	23.670	28.426	24.948	36.194	30.602

Невработеност	31,8	36,4	16,4	42,8	9,3	31,4	59,6	30,7	31,4
Земјоделско земјиште (ха)	160.308	106.182	162.265	114.708	90.481	272.010	141.398	72.861	1.120.213
Обработено земјиште (ха)	43.080	55.475	77.079	49.877	56.360	112.078	78.674	38.693	511.316

Извор: Државен завод за статистика (2012) Скопје “Регионите во Р. Македонија, 2012“

Нивоата на вработеност и невработеност на населението на регионално ниво се разликуваат од општите на ниво на земјата. Нивото на вработеност во Источниот регион, регионот Југоисток и регионот Пелагонија во 2011 година била над државниот просек. Најниското вработување во 2011 год е регистрирано во Североисточниот регион, а најниска стапка на невработеност на југоисток кој имал најголем степен на вработеноста. Во Полог стапката на вработеност била (30,0) на релативно ниско ниво во споредба со општата стапка во сите други региони со исклучок регионот Североисток. Просечната месечна бруто плата исплатена во денари во 2011 година во Полог била после Скопје, иако Полог има најниски доходи по жител. Со неговата општа земјоделска површина Полог е на трето место меѓу регионите, но сметајќи дека општата територија е најмала после Скопје, има најмногу земјоделско земјиште. Меѓутоа, тој има најмалку земјоделско обработено земјиште од секој регион освен Скопје. Повеќе од обработливото земјиште се наоѓа во котлината или положската рамнина, која е многу продуктивна и се наоѓа на двете страни на автопатот Тетово-Гостивар. Ова е само еден општ преглед на местоположбата на Полог во Република Македонија или еден негов краток опис. Во продолжение, анализирани се демографските, економските и земјоделските показатели низ трите години 2009-2011.

Табела 6.2: Демографски и економски показатели за Полошкиот регион 2009-2011

Година	2009	2010	2011
Број на жители	313.651	314.804	315.964
Густина на 1 km ²	129,8	130,3	130,8
Број на бизниси	6.577	7.280	7.100
GDP per capita (во денари)	95.277	93.966	98.848
Работна сила	244.373	247.402	250.398
Вработеност (во%)	33,5	32,3	30,0
Месечна плата (во денари)	-	28 035	29.127

Невработеност (во %)	27,3	30,8	31,8
Аграрно земјиште (во ха)	162.001	161. 474	160.308
Обработена земја (во ха)	41.168	41.193	43.080

Извор: Државен завод за статистика (2012), „Регионите во Република Македонија, 2012“, Скопје.

Населението во Полог постојано било во пораст, и тоа најголем пораст на ниво на државата, но економските можности се ограничени. Бројот на активни бизниси, иако пораснал во 2010 година по излегување од кризата во 2009 година, опаднал во 2011 година. Но, ова не значи дека е намален волуменот на економските дејности бидејќи се гледа дека добивките по жител се зголемени, како што е зголемена и просечната бруто плата за секој вработен. Меѓутоа, и ова зголемување не претставува реално зголемување ако се земе предвид зголемувањето на инфлацијата и индексот на потрошувачките цени. Дека економските трендови и развивањето на Полог не се поволни ни сугерира зголемувањето на контингентот на работната сила, падот на степенот на вработеност и зголемувањето на невработеноста. Оттука, не само за сегашниот, туку и за еден долгорочен период, ако не се преземат реформи и поддршки за раздвижување на овие трендови, тековните проблеми би станале покомплексни. Фондот на земјоделското земјиште постојано се намалува, но позитивно е тоа што се зголемува површината на обработеното земјиште. Но, дали ова значи дека во регионот Полог се зголемува интересот на самото население да се занимава со земјоделство? За одговор на ова прашање треба да се послужиме со дополнителни податоци.

Табела 6.3: Индекси на земјоделското производство во Полог помеѓу 2009-2011 (во илјадници)

	2009	2010	2011	2010/2009	2011/2010	2011/2009
1. Житарки						
жито	20.381	19.069	20.244	0,94	1,06	0,99
пченка	44.026	38.905	40.693	0,88	1,05	0,92
1. Зеленчук						
компир	43.970	43.195	41.380	0,98	0,96	0,94
кромид	7.371	7.535	7.744	1,02	1,03	1,05
домати	12.376	13.399	13.746	1,08	1,03	1,11
пиперки	14.049	14.336	13.813	1,02	0,96	0,98

краставици	1.299	1.322	1.226	1,02	0,93	0,94
детелина	3.774	4.138	4.650	1,10	1,12	1,23
луцерка	21.652	22.454	20.674	1,04	0,92	0,95
грозје	459	467	540	1,02	1,16	1,18
2. Овошје						
цреша	513	600	687	1,17	1,15	1,34
вишна	943	634	524	0,67	0,83	0,56
кајсии	66	69	65	1,05	0,94	0,98
јаболка	7.051	8.660	8.371	1,23	0,97	1,19
круша	864	973	950	1,13	0,98	1,10
сливи	1.481	1.600	1.647	1,08	1,03	1,11
праска	82	74	87	0,90	1,18	1,06
ореви	852	911	831	1,07	0,91	0,98

Извор: Државен завод за статистика (2012) „Регионите во Република Македонија, 2012“, Скопје, с. 50, 51, 52.

Производството на житарки, како што се жито и пченка, забележува стагнација или тенденција на мал пад, од која зависи индустријата на жито или масло. Ситуацијата е нешто подобра кај овошките, но овде имаме некои групи, каде производството е зголемено, а кај некои друго тоа е намалено. Компирот како зеленчук многу е потребен како храна во фамилиите, ресторантите и во прехранбената индустријата. Спротивно на ова е случајот на кромидот, чие производство постојано се зголемува. Регионот на Гостивар е најпознат по производството на кромид. Доматот, кој има широка употреба како свеж производ и во процесот во индустријата, покажа тенденција на постепено зголемување. За ова придонесе нивното одгледување во пластеници, кои овозможуваат одгледување на домати пред и по сезоната во отворени средини. Грозје во Полошкиот регион се одгледува најмалку во споредба со другите региони, но овде постои тенденција на зголемување на неговото производство од година во година. Обемот на производството на пиперки и краставици се зголеми малку во 2010 година, но се намали повторно во 2011 година, што е далеку под нивото од 2009 година.

Слична ситуација постои и кај одгледувањето овошје. Во овој поглед, може да се нагласи дека, одгледувањето на црешата и сливата е во постојан пораст, но одгледувањето на вишни се намалува. Некои видови овошје имаа зголемен обем во 2010 година, но тој беше намален повторно во 2011 година, како на пример,

крушите, јаболката и оревите, што можеби е резултат на климатските услови во текот на тие години. Тешко и речиси невозможно е да се утврди количината од овие производи (житарки, овошје, и зеленчук) која била потрошена во домаќинствата, односно нивната количина пласирана на пазарот и онаа која завршила во преработувачката индустрија. Но, сепак, важно е да се знае приближниот обем на нивното производство бидејќи прегледот во текот на три години од достапните податоци покажува тренд на стагнација или дури и мало намалување во производството на повеќето од нив, што треба да се дефинира како ограничување на развојот и растот на агробизнисот. Аналогно, доколку немаме никаква стратегија за зголемување на производството на овие сировини, тогаш растот на агробизнисот треба да биде насочен повеќе кон увоз на истите.

6.1. Приватизацијата на прехранбената индустрија во Пологи и влијанието врз развојот на агробизнисот

Како што е наведено во третата глава на дисертацијата, поголемиот дел од земјоделството за време на социјализмот во Македонија беше во приватна сопственост, а помалку во општествена сопственост. Но, и покрај тоа, речиси целата индустрија сепак беше фокусирана на општествените претпријатија. Големите економски промени и реформи кон пазарна економија ја опфатија и одлуката за приватизирање на овие претпријатија.¹⁶¹ Во овој поглед, главен модел на приватизацијата беше продажба на овие претпријатија на вработените кои работеле во тие претпријатија или трансформацијата на претпријатието во приватна сопственост. До 1995 год. немало некој значаен прогрес на трансформацијата на општествените претпријатија. Прифатениот модел, кој им овозможувал на вработените на претпријатијата да бидат сопственици, не оставил можност за влегување на странскиот капитал, и кога трансформацијата на имотот веќе беше готова, тоа не значеше и крај на проблемите во врска со приватизацијата. Приватизацијата, воопшто, значи и промени во однесувањето

¹⁶¹ Кога зборуваме за пазарна економија во Р Македонија, треба да се потсетиме дека пазарот постоел и во времето на социјализмот, и каков таков бил отворен и спрема надворешните држави. Со економските реформи од 1990 година, зборуваме за отворен пазар, кој подразбира елиминација на царинските пречки, квотите за извоз-увоз или намалување на протекционизмот во меѓународната трговија.

на претпријатијата, менаџирањето и реструктурирање и средување на дејностите според условите на пазарот.

Управувањето на приватизираните претпријатија во Полог и воопшто во Република Македонија зависи од употребените методи во приватизацијата. Гласовите на работниците после приватизацијата се сметале врз основа на процентот и пропорцијата на нивните акции. Како акционери тие го формирале собранието на акционерите, кое според функционирањето не е еднакво со поранешниот работнички совет. Една мала промена во одлучувањето е присуството на акционерите менаџери. Странските купувачи во Македонија не беа присутни токму во 1990 година поради економските и политичките услови кои не беа добри, како и поради доминацијата на голем број работници во приватизираните претпријатија.¹⁶²

Општествените претпријатија во земјоделскиот сектор и агробизнисот во реонот на Полог им припаѓале на три големи агрокомплекси: индустрискиот земјоделски комбинат во Тетово, млекарницата во Гостивар и кланицата Горни Полог во Гостивар. Процесот на нивната приватизација како и на претпријатијата поврзани со нив, започна во 1996 година. Моделот на трансформација на имотот и приватизацијата на земјоделските претпријатија опфаќаше давање под кирија или склучување договор за менаџирање и делумна продажба. Врз овој пад влијаела делумно реституцијата или враќањето на имотот на бившите сопственици. Ова се случи со 40 хектари земјиште што беше дадено на користење на кланицата Горни Полог со 241 хектари на ТД Вардар како дел од бившиот ЗИК во Тетово што му се дало под концесија помеѓу државата и ТД Вардар за период од 30 години. Договорите кои подразбираа давање на претпријатието под закуп на менаџмент вон претпријатието почна да се спроведува од крајот на 1997 година како подготвителна фаза на приватизацијата за Млекарницата, Вардар и Фриго индустријата, резултирале со престанок на тие договори. Во почетокот на својата

¹⁶² Mulaj, Isa (2007), "Redefining Property Rights with Specific Reference to Social Ownership in Successor States of Former Yugoslavia: Did it Matter for Economic Efficiency", *CEU Political Sciences Journal*, Vol.2, No. 3, pp. 225-254.

дејност, производствените капацитети на кланицата се користеле со 60 до 70%, а во 2012 година користење на капацитетот се движи помеѓу 15 и 25 %. Во потсекторот на овчарството, приватизацијата донела пораст за стоките како: крави, овци и кокошки од 1994 до 2007 година, но растот не отишол повеќе од 30 % и не бил во можност да му одговори на барањата за пораст на потрошувачката на месо и на преработувачката индустрија. Кај овоштарството општата придобивка се зголемува само за 8% за истиот период¹⁶³. Кои се другите причини за најмалото влијание на приватизацијата во земјоделскиот сектор и агробизнисот во Полошкиот регион? Поголемиот дел можат да се сумираат во општите политички и социјални економски околности кои владееле во Р. Македонија и во Полог. Намалувањето на обработеното земјиште освен од урбанистичката пресија е направено и од незаинтересираноста на младината да се бави со земјоделие и неговото движење кон градовите. Соочувањето со најголемата стапка на невработеноста во Македонија, миграцијата на популацијата во западните земји (иако му помага финансиски на семејството од земјата каде мигрирале), оставиле впечаток кај другите дека со земјоделие во Полог нема перспектива, иако постојат предуслови. Македонија како мала земја и со ограничен капацитет, тешко ќе биде конкурентна во земјоделскиот сектор и агробизнисот на европскиот пазар.

6.2 Развојни можности за агробизнис секторот во Полошкиот регион: Анализа на неколку случаи

Можностите на развојот на агробизнисот во регионот на Полог можат да се идентификуваат од предностите и недостатоците кои ги идентификуваме претходно. Но, главниот предизвик овде е како да се материјализираат овие можности, со цел да се постигнат поголеми ефекти во развојот. Одговорот во овој поглед може да се најде врз основа на емпириска евиденција на осум (8) студии на случај, во кои се опфатени највлијателните претпријатија во агробизнисот.

¹⁶³ Матоши, Ружди (2010), Модели на приватизацијата на општествениот имот во земјоделството особено во Полошкиот регион, Магистерски труд, Универзитет во Приштина, Економски факултет.

Како што беше објаснето во рамките на воведниот дел во врска со методологијата на истражувањето, поврзано со главниот проблем т.е. со стратегијата на развој на агробизнисот во Полошкиот регион, овде е употребен метод на истражување на одделни случаи. Еден дел од студиите се базира на квантитативниот пристап, што го олеснува идентификувањето на ситуацијата, перспективата и проблемите во врска со развојот на агробизнисот. Сите пет анкетирани компании имаат голема пракса и добра перспектива во агробизнисот. Со помош на овие анкети фактички беа направени чекори да се погледне секторот на агробизнис во регионот на Полог. Кога е во прашање примерокот (мострата), неговото селектирање е направено врз основа на лична анализа на трите најзначајни видови/карактеристики на примерокот: а). угодна мостра б). мостра на добро познавање на проблемите, в). квотата на мострата.¹⁶⁴ Избраниот примерок за оваа студија ги исполнува овие три критериуми: *прво*, избрани се најповолни компании или главно оние кои имаат искуство и знаење во агробизнисот; *второ*, предноста за развој на агробизнисот во Полог е утврдена според лично познавање на овој регион, и *трето*, квотата или бројот на избраните компании ја претставува основната заедница со некои мали исклучоци¹⁶⁵. Студиите најпрвин се прикажани индивидуално, а потоа се презентирани како целина за заедничка анализа.

1. СЕНТИС А-Г е основано како претпријатие со ограничена одговорност кон крајот на 1996 година од четири основачи. Тоа се занимава со производство на млечни производи како на пример, млеко, јогурт, кисело млеко, а во последно време почна со производство и трговија со сокови. Даноците, со кои ова претпријатие е оптоварено, ги вклучуваат: ДДВ, данокот на добивка и данокот на платите. Претпријатието дејствува во село Цепчипте Тетово. Сопствениците претходно стекнале знаење во Швајцарија и соработувале со швајцарската компанија „МТЦ“, која го подржала нивното претпријатие „СЕНТИС А-Г“ во неговиот развој од материјален аспект и од аспект на реализација на неговите дејности. Швајцарската компанија му дава технологија за преработка, стерилизација, пастеризација и хомогенизација на млеко. Претпријатието

¹⁶⁴ Решиди, Наил (1997), *Пазарни истражувања*, Риинвест, Приштина, f. 155 - 159.

¹⁶⁵ Овие исклучоци се индицирани во анализите направени во рамките на другите делови на дисертацијата.

располага со два камиони и 8 транспортни комбиња за дистрибуција на неговите производи. Неговите резерви и репроматеријали се чуваат во простор со површина од 1000 м², а преостанатиот дел со површина од 200м² се деловите од објектот кои служат за канцеларии и администрација. Еден анекс од 1000м² стои празен и уште неупотребен. Бројот на вработените од 8 лица во 2009 година перманентно се зголемил до 32 лица во 2012 година. Просечната плата е зголемена од 200€ на 220€, а со ова зголемен е и целиот обем на комерцијалната дејност.

Развојот и зголемувањето на дејноста на ова претпријатие е резултат на неговата доминантна позиција на пазарот, барањата на потрошувачите и инвестирањето во вредност од 300.000€ во период од 2-3 години. Неговата продажба е ориентирана главно во Р Македонија, а во текот на 2011 година има пријавен волумен на извоз во вредност од 323.748€. Во 2012 година претпријатието е наградено како второ најуспешно претпријатие во Република Македонија. Инсталираниот максимален капацитет е за производство на 65.000 литри дневно, но во моментот тоа преработува само 25.000 литри на ден со НАССР- стандард. Неговите главни производи се: млеко во тетрапак, “АЛПИ”, јогурт, кисело млеко, сирење и кашкавал.

Претпријатието има 4 основачи, од кои еден е генерален директор, а тоа е поделено во три единици: производство, маркетинг и продажба. Секоја од овие единици има свој менаџер. Менаџерот на производството се бави со планирање, организирање, координација и контрола на процесите на производство. Негова должност, вклучувајќи го тука и неговиот тим, е да обезбеди дека произведените стоки и понудените услуги се произведени согласно стандардите за сигурна и квалитетна храна (НАССР). Тој е одговорен за материјалните и човечките ресурси на претпријатието, како и за спроведување на плановите за зголемување и користење на капацитетите. Единицата за маркетинг е посебен оддел формиран за потребите на олеснување на реализацијата на производите на пазарот, да помогне во обезбедувањето потрошувачи, и слично. Аналогно на ова, одговорностите на менаџерот за маркетинг се разликуваат многу, но неговите главни задачи сепак

зависат од динамиката на самите процеси во претпријатието, односно тој е задолжен да врши мониторинг и следење на релевантните трендови, конкуренцијата и новитетите на пазарот. Посебна должност на овој менаџер, за која тој има и голема одговорност, е истражувањето на начините за коригирање на квалитетот на производството и растот на услугите, спроведување на стратегијата на зголемување на профитабилноста, идентификување на нови пазари и развивање на поефикасни начини на комуникација со потрошувачите. Во извршувањето на оваа задача, на него му помага агентот за продажба, кој повеќе е концентриран и специјализиран на исполнувањето на потребите на клиентите воопшто. Во поглед на последново, задачата на агентите на продажбата се состои во испраќање на пораките за стоките, следење на трендот на продажбата и тековите кои влијаат врз трговијата, изработување на препораки за промена на дизајнот на продуктите и вредноста на ефикасноста на услугите. Своите репроматеријали или млеко, ова претпријатие ги обезбедува од домашниот пазар. Иако има побарување, кое не може да го обезбеди внатре во Република Македонија, претпријатието 10% од продажбата го пријавува рапортира како извоз. Извозот претставува се поголема перспектива за претпријатието иако цените на продажба се поголеми, особено ако купувачите на големо доѓаат и сами си ги земаат производите во претпријатието. Неговите конкурентни приоритети се базираат врз квалитетот на услугите и производите, модерната технологија и стандардизирањето на производите, поволните цени и добрата мрежа на снабдување и на дистрибуција.

2. “ХИТ-73” : И ова е претпријатие во приватна сопственост, чија фабрика се наоѓа во село Камењане – Тетово. Тоа е основано во 1994 година и има два сопственици. Претпријатието почнало со работа во 1998 година. Негова главна дејност е производство на сирење, а секундарната дејност ги опфаќа трговијата со вештачки ѓубриња и храна за добиток. Тоа моментално има вкупно 42 работници од разни профили, кои работат на простор од 1.000 м² и 1.200 м² кои се во изградба во текот на 2013 година. Претпријатието континуирано ја зголемува неговата дејноста почнувајќи уште од неговото основање, па до ден денес, и изгледа дека овој раст ќе продолжи и во иднина. Тоа е членка на Стопанската

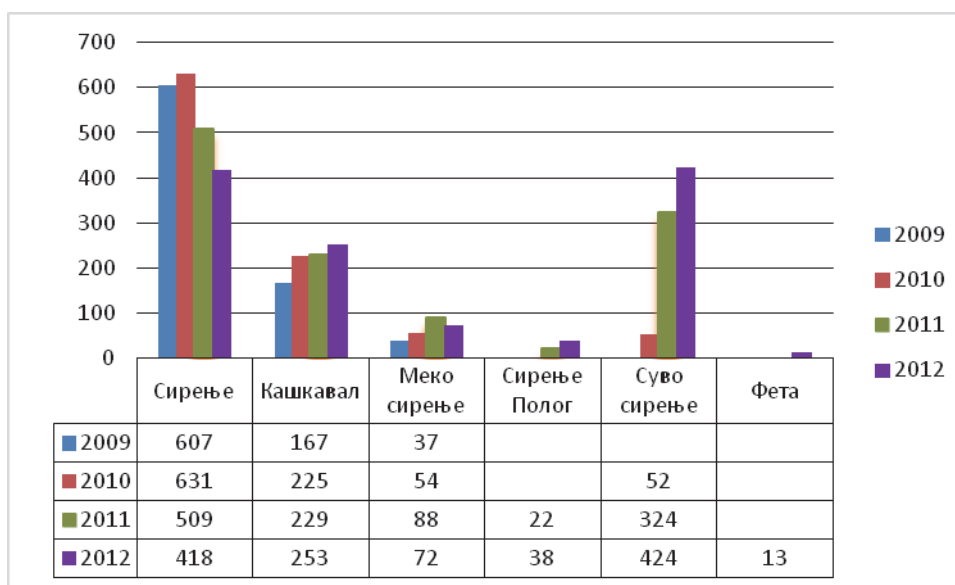
комора на Македонија и присуствува на редовните средби со комерцијалните субјекти. Исто така, она што е интересно и важно за ова претпријатие, е што неговиот персонал бил испратен на специјализација и тренинзи во секторот на прехранбената индустрија. Главните производи на претпријатието, од каде тоа ги реализира приходите и добивката се: тврдото сирење, меко сирење, кашкавал и др. За неговото производство, тоа откупува околу 20.000 литри млеко иако капацитетот на млекарницата е двојно поголема. Сите негови финални производи се произведени согласно на НАССР-стандардите. Истовремено, ова претпријатие се надева дека ќе добие поддршка и од ИПАРД- програмата, со што ќе му се овозможи користење поголем дел од неговите капацитети и зголемување на бројот на работниците. Претпријатието исто така има и мрежа за дистрибуција на неговите производи до сите поважни градови во Република Македонија, во кои тоа ги снабдува супермаркетите. Со профункционирање на погонот, кој моментално е во изградба од 1.200 м², претпријатието има намера да земе добар дел од пазарот во Косово и Албанија. Во моментот, извозот е само 6 % од општата продажба. Земјите, од кои увезува, се: Бугарија, Србија, Хрватска, Турција, Молдавија и Чешка. Има соработка со разни кооперанти и снабдувачи, но потребни му се и многу други. На претпријатието му е потребна ефикасна и добро елаборирана стратегија за меѓународен извозен маркетинг бидејќи тоа е во фаза на зголемување и проширување и има потреба за влез на поуспешни странски пазари.

Спроведувањето на стратегијата може да се постигне низ следниве форми:

- а). класичен извоз*, што претставува рана форма на влез на странски пазари;
- б). авансиран извоз или извозен маркетинг*, што претставува најразвиена форма, која во себе опфаќа низа претходни активности кои треба да се преземат за влез на надворешниот пазар. Овој извоз е дизајниран и за постигнување други намери во рамките на извозниот маркетинг, кој опфаќа поширок спектар на дејствија, кои се однесуваат на начинот на долготрајната соработка, стратегијата на производството, реагирање на пазарот и на вкусот на потрошувачите, барањата на проширување и др. .
- в) директен извоз*, кога производителите или извозниците ги продаваат нивните производи на некој купувач на надворешниот пазар, и
- г)*

индиректен извоз кога производителот, кој извезува, користи независни организации во местото каде произведува, на пример користење на специјализираните агенции за извоз/увоз, друштва, партнери, претпријатија и авторизирани претставници со ексклузивни права за извоз-увоз.

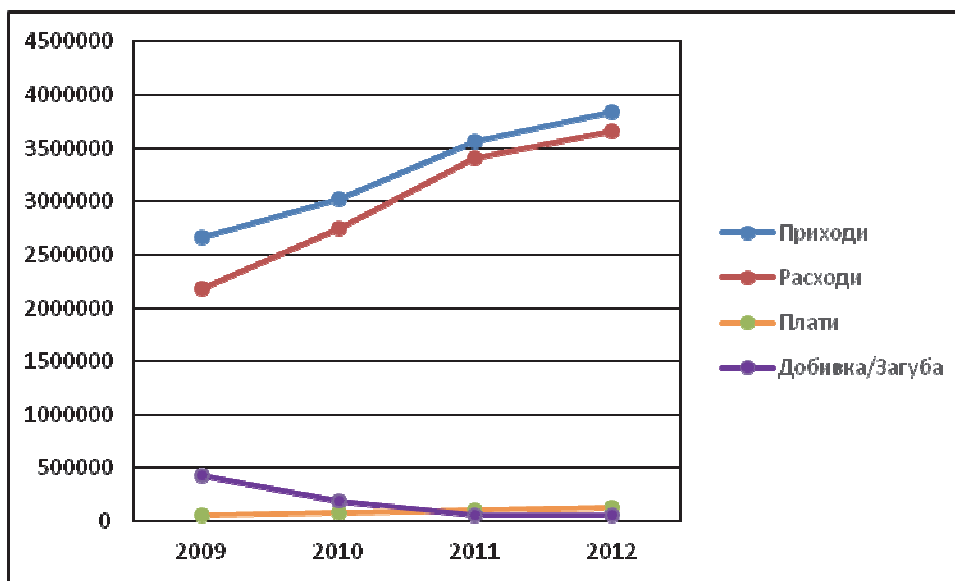
Графикон 6.1: Производите на претпријатието „ХИТ73“ од 2009-2012



Извор: Податоци добиени од анкетата со претпријатието и пресметките на авторот.

Белото сирење е најпродаваниот производ во „ХИТ73“ иако во текот на трите последни години и обемот на овој производ (мерен со парчиња или пакувани количини) забележал пад во полза на кашкавалот, мекото сирење, сувото сирење и започнување со производство на други нови видови сирење како „фета“ и Полошкото сирење. Полошкото сирење е производ, кој е изработен врз традиционален семеен рецепт што се произведува на индустриски начин. Ова го потврдува фактот дека, претпријатието е во процес на диверзификација на производната линија, со цел на пазарот да понуди разни видови сирења. Од овие производи претпријатието го реализира најголемиот дел од неговите приходи и добивка. Профитабилноста е прикажана на Графиконот 6.2.

Графикон 6.2: Добивка / зајуба на „ХИТ73“ (во €)



Извор: Податоци добиени од анкетата во претпријатието и пресметките од авторот.

Приходите и трошоците на претпријатието доживеале постепен пораст како резултат на зголемувањето на обемот на дејноста, а овде е вклучен и еден мал пораст на платите на работниците, чиј број се зголемил од 21 во 2009 година на 42 во 2012 година, но во исто време е намалено нивото на добивката. Но, овој преглед не ја прикажува релативната ефикасност на претпријатието, која може да биде разбрана подобро преку компаративна анализа со другите претпријатија кои овде се вклучени како студии.

3. „ВЕЗ ШАРИ“ („ЈАЛЦА ОД ШАРА”) Ова претпријатие е основано во 2000 година и има четири сопственици, односно тоа е соработка помеѓу Македонци и Германци, како заедничко инвестирање. По реализација на основните инвестирања, со производство почнало во 2002 година. Се занимава со одгледување пилиња, производство на јајца и производство на широк асортиман на месни производи, како на пример салама, виршла, суцук, суво месо и пршут. Претпријатието има седиште во Тетово, а делува во село Требош, каде се наоѓа неговата индустриска база со општа површина од 35.000 м². Од почетокот на својата дејност тоа се карактеризира со квалитет на производите кои ги произведува со развиена технологија (од германско потекло). Во 2012 година претпријатието имаше вкупно 45 работници со просечна плата од 1000 евра, а

неговиот општ промет изнесува околу 3 милиони евра. Извозот преставува околу 30% од општата вредност на продажбата. Германските партнери се со големо искуство и му олеснуваат на ова претпријатие да има успех на надворешните пазари. Во производство на неговите производи, тоа го спроведува системот заснован врз HACCP-стандартите, и производите му се сертифицирани со ISO 22000:2005 стандард. Како резултат на сето тоа, претпријатието има полесен пристап на надворешниот и внатрешниот пазар. Капацитетот на пилињата е 60.000 за период од 4 месеци. Одгледувањето на пилињата се врши со примена на автоматизирани и дигитализирани методи и со двоен надзор вклучувајќи ги тука ветеринарните услуги на самото претпријатие и ветеринарните институции од Скопје и Минхен, кои вршат и вакцинирање на пилињата заради спречување појава на некоја болест. Исхраната на птиците се врши три пати на ден. Дневниот производ на јајца е 100.000 парчиња. Целиот процес на производство, класификацијата по големина, тежина, класа индицирањето на датумот на производство и потписот на јајцата е автоматизиран. Годишното производство е околу 30 милиони јајца. Од ова, 80% се пласира на домашниот пазар, а 20% на пазарите на соседните земји. За 2014 година претпријатието предвидува да го дуплира неговото производство на јајца на 60 милиони парчиња. Пакувањето на јајцата се врши автоматски според класите: бели, црвени, мали, средни и големи, и се употребуваат разни формати на амбалажата (за 6, 9, 10, 18, и 30 парчиња јајца).

Преработувањето на месото се врши во посебен погон во ова претпријатие, кој почнал со работа во 2007 година. Сите месни производи се произведуваат и се сертифицирани со HACCP за осигурување на храна и ISO 22000:2005-стандардот. Месните производи се прават според германски рецепт. Групата месни производи се прават од птици/кокошките и говеда. Од месото на кокошките се произведуваат разни салами со разни состојки (маслинки, печурки, пиперки) виршли, пршут, и димено месо. Производите од говедото месо ги опфаќа пршутата, сувото месо, саламата, мортаделата и суџукот. Саламите се со разна големина и со тежина од 200, 400 и 800 грама. Разновидните врсти суџук се произведуваат на два начина: во вакууми, незавиткани и завиткани со најлон.

За претпријатието нема ниедна законска пречка во неговото стопанисување освен нелојалната конкуренција. Со претпријатието управува директорот, кој се избира преку конкурс, со што се потврдува дека овде има чекор понапред во поглед на управувањето каде што сопственоста е одвоена од управувањето. Соработката на ова претпријатие со комерцијалните партнери е на задоволително ниво. Меѓу меѓународните партнери со кои тоа има соработка се: SEEMILER HARTMANN (претпријатие за маркетинг и дизајн од Германија), STAALKAT (претпријатие за дизајн на пакување на јајца од Холандија), SANOVO (претпријатие на производство на јајца од Данска) и RAIFEISSEN KRAFTFUTTERWEKE SUD (банкарски услуги од Германија). За разлика од другите претпријатија опфатени во студиите, претпријатието „ВЕЗ ШАРРИ“ има многу добро развиена интернет страница на четири јазици: Македонски, Албански, Англиски и Германски.¹⁶⁶ Освен потребните информации за партнерите и потрошувачите, неговата интернет страница нуди и апликации за соработка и вработување за позициите како: општ работник, главен работник, чувар, електричар, механичар, дистрибутер, продавач, економист, референт за маркетинг, технолог, меѓународни односи и финансиер.

4. „ПЕКОН“ е претпријатие од село Челопек – Тетово, кое е основано во 1995 година и е регистрирано како друштво со ограничена одговорност. Неговата главна дејност е производство на брашно и производи од брашно, во главно леб (завиткан во најлон) согласно НАССР-стандардите. Еден дел од репроматеријалот за производство го обезбедува од домашниот пазар, а преостанатиот дел од Србија и Бугарија, но сепак претпријатието има проблем со обезбедување на репроматеријалите бидејќи немаат повеќе алтернативи со цел него да го обезбедат со пониски цени. Во последните 2-3 години во претпријатието влегла инвестиција од преку половина милион евра дизајнирана за зголемување и проширување на капацитетите на неговото производство. Ефектот на оваа инвестиција почна да се забележува во 2012, кога годишното производство на леб пораснало од 14,6

¹⁶⁶ Службената страница на претпријатието се наоѓа во страницата <http://www.vezesharri.com/>.

милиони на 15 милиони парчиња и на брашното од 21.900 на 22.000 тони¹⁶⁷. Бројот на вработените исто така се зголемил од 33 на 35. Со претпријатието заедно управуваат менаџерот и сопственикот. Тоа има релативно добра мрежа на дистрибуција меѓу клиентите и потрошувачите. Како пречка за зголемување на неговото производство се појавува намалената куповна моќ на потрошувачите. Истовремено, иако е лебот потребен продукт кој се консумира од страна на сите луѓе во регионот на Полог, на Пекон сепак му се прави нелојална конкуренција од страна на приватните пекари, кои произведуваат леб со користење адитиви и други методи и кој (затоа) е со помалку калории. Претпријатието е свесно дека има тешкотии и проблеми во врска со пронаоѓање квалификуван персонал или технологии, со кои тоа би можело да го подобри квалитетот на лебот.

Табела 6.4: Производство на производи од житио во Пекон

	2009	2010	2011	2012
Брашно (тони)	21 900	21 900	21 900	22 000
Леб (парче)	14 600 000	14 600 000	14 600 000	15 000 000
Други произ. од тесто (парче)	7 300 000	7 300 000	7 300,000	8 000 000
смеси (тони)	6 500	6 500	6500	6500

Извор: Податоци добиени од претпријатието

Брашното како производ на житото се употребува и за продажба како производ и како и за производство на леб и други производи. Смесите им се продаваат на големо на други претпријатија, особено на фармите и на некои семејни стопанственици кои држат стока. Во другите производи од тесто влегуваат кифлите и разни други производи, кои се произведуваат по нарачка како колачи, и масивните лебови (големи). Плановите на претпријатието за наредната година се концентрирани врз проширување на нови локации, отворање нови линии на производство, регрутирање квалификувани работници, зголемување квалитетот на производите и влез на надворешни пазари. За реализација на овие планови, директорот на претпријатието цени дека е потребно

¹⁶⁷ Види Табела 6.4 .

да се направат некои законски измени, со цел да се олесни трговијата. Според него, ова може да се постигне со долгорочна политика, ослободувајќи ги земјоделските производи од даночната оптовареност и царинењето, што на претпријатието ќе му овозможи полесен увоз на земјоделскиот инпут и полесен извоз на неговите финални производи. Последниве две работи би го направиле претпријатието поконкурентно внатре и надвор од земјата. Меѓутоа, Владата има нејзини приоритети за развојот на земјоделството, кои беа прикажани во рамките на претходните поглавја, и затоа овде треба да ги видиме само заклучоците во врска со фактичката состојба и перспективата на индустријата на брашно и неговата употреба. Истовремено, како образложение за отстранување на царинското и даночното оптоварување во производите од брашно претпријатието го индицира и шверцот со горенаведениот репроматеријал во прехранбената индустрија.

5. „МОЛИКА“ е акционерско друштво, чија главна дејност е производство и продажба на мебел, на што јасно укажува и самото негово име „Молика“. Својата дејност ова друштво ја започнува во 1989 година како трговец со мебел на мало и големо во Р. Македонија, Босна, Косово и Војводина. Со распадот на поранешната СФРЈ, во временскиот период 1992-1996, тоа била претставник на словенската фирма за мебел „Krasporema“. Главната причина за избор на ова претпријатие и негово вклучување во студиите е неповрзаноста на горенаведената примарна дејност на ова претпријатие со неговата секундарна активност, која се состои во откуп на овошје, негова делумна преработка и извоз. Поконкретно, главниот производ на оваа негова секундарна активност е полуобработка на цреша, а од 2010, исто така и пиперка. Прометот од овие производи покажува голем и континуиран пораст од 306.182 € во 2009 година на 854.928 € во 2011 година. Во истиот период значително е пораснат и неговиот капацитет за откуп и преработка на вишна. Така, претпријатието почнало со 326.870 килограми во 2009 година, а стигнало до 770.007 килограми во 2012 година. Меѓутоа, дејноста во ова гранка на бизнисот Молика ја отпочнала со загуба од 159.146€ во 2009 година што било резултат на нејзиното инвестирање во индустриски фрижидер со големи капацитети за чување свежи овошја.

Оваа загуба претпријатието ја покрило со добивката од неговата примарна дејност, односно од производството и продажба на мебелот. Во наредната 2010 година, оваа загуба е намалена на 5.267€, а една година подоцна претпријатието реализирало добивка од 92.548€, која порасна за 156% во 2012 година, достигнувајќи вредност од 237.620€. Аналогно, се поставува прашањето како било можно да се постигне едно такво прогресивно зголемување на добивката? Причините за таквото движење и пораст на добивката можат да се утврдат со анализа на приходите, трошоците и платите на работниците на ова претпријатие. Приходите во 2010 биле зголемени за 64% и во 2012 тие биле 3,8 пати повисоки во споредба со 2009 година. Во споредба со тоа имало и зголемување на процесите но во помала мерка. Тие во 2009 година било во вредност од 510.709€, и во 2012 година постигнале 1.757.428€, или 3,5 пати поголеми. Двете главни компоненти, кои придонеле за зголемување на добивката биле намалувањето на бројот на вработените и општиот обем на платите што им се исплаќал. За полесно и појасно утврдување на фактичката ситуација во овој поглед неопходно е да се види Табелата бр. 6.5, во која се содржани некои специфични податоци за бројот на работниците и нивните просечни месечни плати.

Табела 6.5: Движењето на вработените според полот и просечна месечна плата во Молика

	2009	2010	2011	2012
Бројот на вработен. (Σ)	49	46	27	26
➤ Мажи	33	33	20	19
➤ Жени	16	13	7	6
просечна месечна плата (€)	215	147	202	207
➤ Мажи	230	174	219	240
➤ Жени	200	120	185	174

Извор: Податоци добиени од претпријатието.

Во светло на податоците содржани во Табелата бр. 6.5. може да се види дека има разлика во висината на просечната месечна плата помеѓу вработените мажи и жени. Ова не било резултат на каква било дискриминација по основ на пол туку истото се појавило пред сè како резултат на природата на работното место и потребната експертиза за вршење конкретна работна должност. Во поглед на последново, може да се наведе примерот на технолозите, кои при вршење на нивните должности (технички надзор) требаат да бидат повнимателни, па затоа се плаќаат најмногу. Причината на падот на бројот на вработените, а со тоа и на нивните просечни плати, е автоматизацијата на процесот на производство и добивање стручност во работата. На почеток, со оглед на големиот обем на работата, бил потребен поголем број на работници, а сега поголем дел од таа работа се врши со помош на машини што доведе до двојно намалување на бројот на работниците. Полупреработените производи се извезуваат во Швајцарија и Германија, каде што има голема побарувачка за нивна понатамошна финализација.

Преработката на вишната од страна на Молика опфаќа три потпродукти: плодот, сокот и магационирањето на семето на температура од 40С. Семките потоа се извезуваат во Швајцарија, од кои се произведуваат разни предмети кои се употребуваат за душеци. Сигурно дека од семките или од остатоците од мелената вишна може да се произведат и други потпродукти, како на пример, некои средства за горење, но во Македонија и на Балканот сè уште нема соодветна технологија за такво производство односно преработка, но ниту пак има каков било план или идеја за она што може да се направи со нив. Ова наведува на посебно размислување во поглед на значењето на преработката на овошјето, особено на оние негови делови, што во моментот ги оценуваме како остатоци, а кои можат да бидат преработени и од нив да се добие соодветна корист.

Вториот производ (односно, пиперките) ова претпријатието ги извезува во Полска каде има посебна побарувачка за „пиперките од Македонија“. Во овој контекст, од пиперките „Молика“ произведува и разни видови пипер (црвен, бел,

црн, кафеав), кои се употребуваат како зачини во исхраната или во прехранбената индустрија. „Молика“ е еден типичен пример за претпријатие, кое го открила големото значење на пиперките и успеало да се стекне со добивка преку една дејност, која изгледа дека има значајна перспектива во Македонија за агробизнисот.

6. “КОКРА Е АРТЕ” (ЗЛАТНО ЗРНО) е претпријатие кое делува во Порој – Тетово од 2002 година, кога било основано од страна на неколку ортаци, кои го воделе претпријатието и кои заеднички донесуваат одлуки. Според дејноста, ова е фабрика за производство на брашно (млин) според категориите или разните типови на брашно (тип 400, 500, 800) со капацитет од 124 тони за 24 часа. Вредноста на основните средства во 2012 година била 711.000€. Општиот промет бил околу 10 милиони € во 2011 година, но бил двојно намален во 2012 година, што значело и намалување на приходите во фабриката. Главниот извор на приходите на оваа фабрика е продажба на брашното и на смесите главно на домашниот пазар. Само 5% од оваа продажба се реализирала со извоз. Неговиот репроматеријал (житото) го обезбедува од домашниот пазар и со увоз од Србија. На домашниот пазар индивидуалните производители на жито го доставуваат житото во млинот и земаат брашно. Како и со случајот на претпријатието 'РЕКО', и 'Зрна од злато', воспоставена е правна рамка поволна за земјоделската политика и нејзина имплементација, заштита од нелојална конкуренција од увозниците. Уште една честа пречка за 'Пекон' е тешкотијата во пронаоѓањето квалификуван персонал или технолози за прехранбената индустрија. Очигледно, во Полошкиот регион има недостаток на такви експерти или ако има такви поединци тие работат некаде во странство.

Состојбата со инфраструктурата не е задоволителна. Ова е поврзано со лошата патна мрежа во земјата. Најголем недостаток е прекин во напојувањето на електричната енергија. Инаку, законски недостатоци кои претставуваат пречка за побрз раст, според еден од основачите на компанијата се поврзани со земјоделството и Законот за царините. Имено, дури и овде, како и во случај на 'Пекон', постои цврсто убедување дека земјоделските инпути и нивните

производи треба да бидат ослободени од даноци и такси. Претпријатијата се оптоварени со овие видови на даноци кои тие редовно ги плаќаат, вклучувајќи ги тука и данокот на додадена вредност (ДДВ), персоналниот данок на доход, царините, акцизите и општинските даноци. Персоналниот данок на доход, ДДВ и локалните даночни оптоварувања се наметнати на секој бизнис активност, без оглед на секторот. Целосната либерализација на трговијата со земјоделски репроматеријали и производи може да придонесе за олеснување на претпријатието, а со тоа да се оствари и значително поголем извоз на странските пазари, но во исто време тоа може да ја загрози конкуренцијата на домашниот пазар од увоз. Посматрано од перспектива на последново, треба да се нагласи дека поголемата либерализација претставува еден вид “нож со две сечила”, и се разбира, таа може да им наштети повеќе на производителите и претпријатијата во секторот за производство на брашно во Македонија што се должи на економијата и волуменот на производство на жито и брашно во другите земји, како што е Србија.

Основно е претпријатието да функционира поуспешно, и покрај приходите на домашниот или странскиот пазар. Ако се забележат поголеми можности за извоз на регионалните пазари, тогаш треба да се посвети внимание на овие пазари на кои имаат интерес и други компании во Македонија. Секторот житарки, како што се пченицата и обработката во брашно, има стратешко значење за многу земји низ целиот свет, вклучувајќи ја и Македонија. Некои компании можат да имаат поголема корист ако тие ги продаваат своите производи во странство. Владата, од друга страна, се грижи за општиот интерес на населението и спроведување на таквата политика, што се состои во обезбедување производи со пониски цени, а тоа често не им одговара на одредени претпријатија.

7. БУША е претпријатие за производство и преработка на месни производи, кое е основано во 1993 година и е регистрирано како индивидуален бизнис. Ова претпријатие е членка на Стопанската комора на Македонија и има ангажирани 9 работници, од кои 8 мажи и 1 жена, кои примаат просечна плата во висина од 300€. Главни производи на претпријатието се: суџук, салама, виршли и

пршута. Во последните четири години, производството на овие производи останало релативно стабилно, што значи дека претпријатието немало ниту зголемување ниту пак значителен пад. Овој обем на неговата дејност резултира и во комерцијална адекватна перформанса, иако во последно време е забележан пораст на трошоците и намалување на добивката. Поголемите приходи од продажба на производите најпрво доаѓа од суцукот, чие производството во 2012 година изнесувало 46,8 тони, а потоа од салама чие производство е до 40 тона. Виршлите се произведуваат помалку (17,8 тона), а обемот на пршутата била половина помалку (околу 9 тони). Домашниот пазар не е во состојба да го снабдува претпријатието со репроматеријали (месо) за финалните производи. Односно, само еден мал дел од месото се обезбедува од домашните кланици и месарници, а поголемиот дел се увезува од Бразил, Турција и САД. Бразил е најголемиот извозник на месо во многу светски земји. За време на интервјуте со директорот на ова претпријатие, посебно беше нагласена потребата од советодавни услуги, подетални информации околу пазарите на месо и законската регулатива, кои би му помогнале на неговото претпријатие во наоѓањето алтернатива за купување на месото по пониски цени, со што неговите финални производи ќе добијат поконкурентни цени. Порано тој примал консултации, односно совети од една програма на ЕЗ, како и ГИЗ од Германија. Директорот, исто така, учествувал на тренинзи за менаџмент и управување, што биле организирани од страна на *“SEE Business Incubator”* и *“DISU Sumer University”*, но во моментот има потреба од тренинзи и консултација за неговите вработени. Алтернативното обезбедување на месото претставува главна грижа за ова и за другите претпријатија во овој сектор, кои претставуваат негови главни конкуренти. Сигурно, и конкурентите посакуваат да најдат алтернатива за месо со ниски цени, со цел да се стекнат со конкурентна предност на регионалниот и домашниот пазар.

За да се одржи во конкуренцијата, во текот на последните две години „БУША“ вложило инвестиции во вредност од 100.000€, инвестирајќи во најнапредна технологија за намалување на трошоците на производство. Додека не се најде понудувач и други набавувачи со поволни цени, претпријатието

планира да отвори нови линии на неговото производство и да прими на работа повеќе работници или кваликуван персонал. Со овие чекори, претпријатието има намера да го подобри квалитетот на неговите производи и да ја задржи неговата постоечка позиција на пазарот. Но, овде се поставува прашањето дали и колку неговата сегашна перформанса може да му дозволи реализирање на тие планови? Според податоците од билансот на успех, неговата добивка во 2012 година била 52.250€, што е пониска од 2009 година кога добивката била 68.000€, но повисока од 2011 година кога таа паднала на 17.200€. Истовремено, платите останале релативно исти, а трошоците перманентно пораснале со помала стапка, односно помалку од динамиката на зголемување на приходите. Посматрано во вакво светло, може да се констатира дека, на претпријатието може да му се дозволи односно овозможи деловна реализација на неговите претензии за проширување на претпријатието, доколку сите други аспекти останат непроменливи или тие нема да имаат какво било значење на пазарот. Во контекст на последново предвид треба се имаат „значајните промени“ односно непредвидените настани на пазарите, кои се појавуваат поради големите промени на светскиот пазар, како што е со случај со птичјиот грип, кравјото лудило и слично. Инаку, досега немало ни една афера во врска со месото од Бразил, од каде увезува претпријатието. Во секој случај, овде треба да се спомне и редовната контрола на продуктите што ја врши државната Агенција за ветеринарство и храна.

И на крај, корисно е исто така да се нагласи дека соработката на ова претпријатие со неговите комерцијални партнери е на задоволувачко ниво. Пазарот за продажба на производите е главно внатре во земјава, а само еден помал дел се извезува. За домашниот пазар изгледа дека е постигнато нивото на пополнување, и аналогно на ова, не може да се очекува некое големо проширување на претпријатието па дури тоа да има такви капацитети поради малата куповна сила на потрошувачите и релативното ограничување на пазарот.

8. „БИОДЕКОР“ е поспецифичен случај од сите други претходно прикажани претпријатија. Имено, овде има само еден основач и претпријатието кое работи од 2007 година. Моментално тоа има 4 работници. Она што ја

разликува оваа фирма од сите горенаведени случаи е нејзината дејност, што се состои во култивација, продажба, вршење декоративни работи и услуги, и цвеќиња. Аналогно, таа не е директно ангажирана во агробизнисот, ниту пак произведува или продава нешто што е во функција на агробизнисот, со исклучок на некои врсти растенија и цвеќиња кои можат да се употребуваат во изработката на мириси, ароми и ванила. Главната причина за вклучување на оваа фирма како посебен случај за истражувањето на агробизнисот, е фактот што таа влегува на рамките на подрачјето на заштитата на животната средина, што претставува потребен услов за развојот на земјоделството.

Овде во прашање е еден сектор, кој може да има перспектива, но истовремено мора одма посебно да се нагласи дека во моментот нема каква било владина политика адекватна за поддршка на неговиот развој. Ова може да се потврди со постепеното паѓање на годишниот промет на претпријатието од 150.000€ во 2009 година на 90.000€ три години подоцна. Како главна причина за овој пад, според основачот на претпријатието, е неприменувањето на законот бидејќи многу субјекти и фамилии се занимаваат со овој вид дејност, вадејќи фидани, расад од планините и шумите и садејќи ги нив во дворовите на индивидуалните куќи, пред хотелите, рестораните и приватните простори за зеленило. Иако производните капацитети на борот, листопадните дрва, и разните цвеќиња се зголеми многу, проблемот се создава на пазарот со реализацијата на овие производи. Приходите опаднале три пати помеѓу 2009 и 2012 година, а исто толку и трошоците. Продажбата почесто е поврзувана и со извршување работи и услуги, како на пример, суредување дворови, зелени површини пред стопанските објекти и јавни површини. Околината за дејноста на претпријатието, основачот ја квалификува како незадоволна. Последново се комплетира со сегашната финансиска криза, со која се соочува претпријатието и дел од населението. Основачот односно сопственикот на ова претпријатие посебно ја нагласува неговата потреба од информации околу пазарната и законската регулатива за дејноста со која тој се бави. Овде се појавуваат и други пречки, како што се: намалувањето на барањата поради тоа што потрошувачите трошат помалку, проблемите во купувањето на инпутите (расади и разните семиња) и недостатокот

на финансирање (кредити и субвенционирање од државата). И ова претпријатие, како што беше случај и со „Кокра е Арт“ („Златно зрно“, ги нагласува проблемите во врска со снабдувањето со електрична енергија, иако овој бизнис не зависи директно од електричната енергија (тоа се однесува само на административните услуги).

Емпирииска анализа на случајните студии- Иако во анализата беа вклучени само неколку претпријатија од оние кои се најпознати во секторот на агробизнисот во регионот на Полог, сепак тие обезбедија доволна основа да се направи еден вид генерализација за развојот на овој сектор во Полошкиот регион. Имено, со собраните податоци може да се дојде до оценката за постигнатото актуелно ниво на развојот на агробизнисот, перспективите, пречките и соочувањата. Во овој поглед, резултатите се покажани на комбинирани начини за секоја студија, со цел подобро да се констатира нивната ефикасност. На почеток, прикажан е развојот според бројот на работници и нивната просечна месечна плата, со цел да се видат гранките, кои се најпосакувани од страна на оние кои што бараат работа и специјализирање.

Табела 6.5: Број на вработениите и нивната просечна месечна плата во €

Бр. На работници	2009	2010	2011	2012
ХИТ 73	21 (189)	26 (186)	33 (176)	42 (181)
ПЕКОН	31 (190)	31 (200)	33 (210)	35 (210)
КОКРА Е АРТ	14 (300)	7 (300)	11 (290)	12 (290)
МОЛИКА	49 (220)	46 (150)	27 (185)	26 (222)
БУША	8 (300)	9 (300)	8 (300)	9 (300)
БИОДЕКОР	3 (233)	5 (216)	5 (191)	4 (150)
SENTIS AG	8 (200)	23 (200)	28 (220)	32 (220)
ВЕЗ ШАРПИ	32 (150)	41 (167)	42 (183)	45 (183)

Извор: Податоците се добиени од анкетата на претпријатијата.

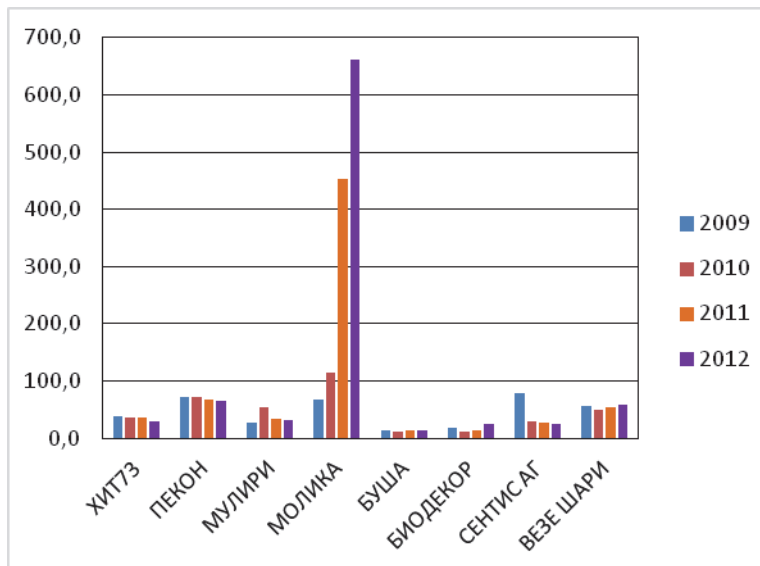
Во четирите анкетирани претпријатијата („ХИТ 73“, „Пекон“, „Сентис АГ“ и „Везе Шари“) има еден мал континуиран пораст на вработувањето. Во другите две (односно, „Буша“ и „Биодекор“) на почеток има пораст, но последната година тој опаѓа. Кај „Кокра е арџе“ („Златно Зрно“) вработувањето било намалено во 2010, но тоа се зголемило во текот на двете последователни години, но сè уште го нема постигнато бројот на вработени, што ова претпријатие го имало во 2009 година. Само „Молика“ имала континуиран пад на бројот на вработените во периодот на анализата. Најголемите просечни месечни плати се регистрирани во гранката на преработувањето на месо и во индустријата на брашно („Буша“, „Кокра е арџе“), а најниските се пријавени во производството на јајца и млечните производи („ХИТ 73“, „Вез Шари“). Но, показателите на најниското или највисокото ниво на плати не претставуваат главен показател за продуктивноста. Имено, кога зборувавме за демографско-економскиот и земјоделски профил на Полошкиот регион во рамките на воведниот дел на ова поглавје, во Табелата бр. 6.2 видовме дека, месечната плата утврдена од страна на Државниот завод за статистика изнесувала 28.035 денари за 2010 година и 29.127 денари во 2011 година. Ако ова го споредиме со платите на нашата студија, просечната плата за секој вработен во Полог (300 евра) воопшто е поголема од платите кај приватните претпријатија кои се вклучени во ова истражување (види ја горенаведената Табела бр. 6.5), и двојно поголема од просечната на овие претпријатија која изнесувала 215€ во 2010 и 219€ во 2011 година. Консеквентно, овде се поставува прашањето зошто се случило ова и поради која причина? Како одговор на ова, неопходно да се нагласи следново: *Прво*, вистина е дека платите во приватниот сектор на Република Македонија воопшто и во регионот на Полог посебно, се многу пониски отколку во државниот и јавниот сектор (*на пример*, централната и локалната власт, министерствата, полиција, царините, универзитети, големи јавни претпријатија и слично). *Второ*, невработеноста во регионот на Полог е многу повисока и таа е во пораст (31,8% во 2011 година)¹⁶⁸, а во овие услови лесно е да се најдат работници, особено неквалификувани за во земјоделството, рачни работи и за продажба, со ниски плати. И *третто*, претпријатијата можеби пријавиле најниски плати (а, можеби и со помал број

¹⁶⁸ Види ја Табела број 6.2.

работници) поради страв околу плаќањето на даноците.

Продуктивноста ги претставува количините производи, кои може да ги изработи еден работник, или таа го претставува односот помеѓу произведените производи и бројот на вработените. Може да се мери и со постигнатиот резултат за еден час од работникот. Се разбира, постојат и други методи на мерење на продуктивноста во зависност од единичната мерка што се зема предвид. Но, кој било показател да се земе, она што е значајно е тој да се употреби како униформна мерка кај разните компании, со цел да се споредува подобрата ефикасност. Проблемот, кој се појавува кај студиите, се однесува на разните единици на мерење, како на пример, производството некаде се мери со парче или број на производите, а во други случаи со тежина (килограми, литри или тони). Исто така, во случаите има големи варијации и во однос на прашањето во врска со единиците на времето, во кои се регистрира производниот резултат, почнувајќи од часови до една година. И на крај, натамошното пресметување на продуктивноста со една униформна методологија за сите случајни студии е отежнато со појавата на разновидни продукти произведени во склоп на едно претпријатие и во другите претпријатија. Така, имајќи ги предвид сите овие дивергенции, најпрвин ја пресметавме просечната продуктивност, а потоа ја пресметавме стапката на зголемување според годините во проценти. Со овој метод беше возможно да се споредува поблиску кое претпријатие е попродуктивно во споредба со другите. Овде, се разбира, не треба да се заборави фактот дека, поголемото ниво на користење на напредната технологија овозможува масовно производство со помала инволвираност на работната сила. Во овој поглед, графиконот кој следи во продолжение ги претставува резултатите од пресметките на просечната продуктивност и стапките на нејзин пораст според претпријатијата, независно од факторите на производство, кои имаат поважно дејство во тој поглед, вклучувајќи ги тука: трудот, ангажираниот капитал или употребната технологија.

Графикон 6.3: Просечен годишен производ и негов тренд кај анализираните претпријатија



Извор: Податоциите од анкетирањето со претпријатијата и пресметки на авторот.

На Графиконот 6.3. јасно се гледа највисокиот показател за претпријатието „Молика“, што беше претходно објаснето во овој дел на дисертацијата. Показателите во овој графикон не го покажуваат обемот на производство, туку само некои агрегирани податоци и стапката на пораст. Аналогно, тие се направени врз основа на просечната стапка на пораст. Така на пример, претпријатието „Буша“ произведува многу поголеми количини на производите од претпријатието „Молика“, а стапката на зголемувањето на неговата продуктивност е речиси константно како на претпријатието „Пекон“ и донекаде со „Хит73“. Кај млинот „Кокра е Арџ“ стапката на просечната продуктивност е видливо зголемена во 2010 година, но паднала во тековните години. „Биодекор“ и „Вез Шари“ почнале со поголема продуктивност во 2009 година, која пак опаднала наредната година, а се зголемила повторно во 2010 година, надминувајќи ја стапката на зголемувањето од 2009 во 2012. Фирмата „Сентис АГ“ има продолжување на падот на просечното производство. Објаснувањето за овие движења на просечното производство од случај во случај е поврзано со единиците мерки во врска со технологијата. Имено, претпријатијата со најразвиена технологија, како на пример „Вез Шари“ и „Молика“ биле во

состојба да направат поголем аутпут бидејќи поголемиот дел од механичките работи на работниците биле вршени со помош на автомеханизирани процеси.

Од ова произлегува констатацијата дека, традиционалните начини на мерење на производството врз основа на инпутите, аутпутите, работните часови и ангажираноста на вработените, тешко ја покажуваат ефикасноста на едно претпријатие. Познавајќи ги овие недостатоци на производството, сега постои тенденција овие мерења да се однесуваат на пазарната вредност на производите или на нивната реализација. Ова е многу пооправдано отколку можноста за произведување бидејќи (како што објаснив во воведниот дел на оваа тема) производството е потребно само ако за него постои пазар и потрошувачка, инаку во спротивно ќе нема потреба од истото. Продуктивноста се гледа само во ланецот од инпутите до продажба на финалниот производ на пазарите. Посматрано од оваа перспектива, нашата продуктивност, иако рамноправно со маката и енергијата на другите, би била безвредна работа. Оттука произлегува дека само пазарот и потрошувачите се најдобриот показател за продуктивноста на работниците и менаџментот на претпријатието или на самото претпријатие воопшто. Монетарната вредност на продуктивноста во развиените држави и големите претпријатија може да се мери со доходите реализирани во текот на одреден број часови. Поради специфичноста на примерите ќе ја презентираме финансиската успешност врз основа на приходите, трошоците, платите, и добивката според годините земени во разгледување и кумулативно за сите години. Кумулативните податоци се презентирани во наредната табела (Табела бр. 6.6), а подетално според годините во сумарната табела како Анекс 2.

Табела 6.6: Кумулативниот на финансискиите перформанси во '000 € за период 2009-2012

	HIT 73	Pekon	Mulliri	Molika	Busha	Biodekor	Sentis A-G	V. Sharri
приходи	13.087	8.358	24.526	4.540	1.162	80	11.552	10.220
трошоци	11.988	7.577	22.399	3.830	875	35	10.646	8.573
Плати	367	316	174	545	65	19	250	331
добивки	733	464	1.953	166	221	26	655	1.316
извештаите:								
➤ приходи/ добивка	17,9	18,0	12,6	27,4	5,2	3,1	17,6	7,8
➤ добивка/плат	2,0	1,5	11,2	-30,4	3,4	1,4	2,6	4,0
➤ приходи/ добивка	107,3	64,3	557,4	30,7	34,2	4,7	127	64

работници								
➤ трошоците за работниците	98,3	58,3	509,1	25,9	25,6	2,1	117	53,6
➤ добивка по работник	6	3,6	44,4	1,1	6,5	1,5	7,2	8,2

Извор: Податоци од анкетирањето на претпријатијата и пресметка на авторот.

Податоците од горенаведената табела откриваат една поинаква слика за продуктивноста и ефикасноста на претпријатијата. Овде, за потребите на анализата земен е 4 годишниот период, со цел да се добие општа оценка врз чија основа би можеле да дадеме одговор на прашањето што се случило со секое конкретно претпријатие во анализираниот период, или поедноставно кажано, нашиот интерес е да видиме што се случило досега и како поминала работата на едно или друго претпријатие со помош на финансиските показатели. Но, и овде, може да се заклучи дека од еден до друг случај постојат разлики и во поглед на нивната ефикасност според разните показатели. Така, најголем обем на приходи имала фирмата „Млин / Златно зрно“, која имала и поголеми трошоци. Ист е пример со „Хит 73“, „Сентис АГ“, итн., што значи дека претпријатијата со поголем обем на дејност имале повеќе приходи и трошоци.

Кога сме кај платите, општата сума на средства која е платена не ни покажува некоја интерконекција како што беше случајот со приходите и трошоците ни кај апсолутниот или релативниот показател. „Молика“ (само нејзината единица, која е регистрирана за посебна дејност за преработка на овошја и зеленчук), според обемот и трансакциите со приходи и трошоци, е помало претпријатие по „Биодекор“ и „Буша“, кои распределе поголеми суми за платите. Фирмата „Млин“, како претпријатие со поголем обем и поголем број вработени, платила трипати помалку на име плати, а речиси два пати помалку од трите други претпријатија („Хит 73“, „Пекон“ и „Вез Шари“). Добивката како значителен показател за претпријатието била поголема кај „Млин“ и „Вез Шари“ но, овде не се појавува и односот помеѓу распределбата на финансиските средства помеѓу платите и добивката. Така, оние претпријатија, кои ги плаќале повеќе работниците направиле помала добивка и обратно. Ако ги земеме предвид другите показатели на ефикасноста, како на пример, односот помеѓу приходите и

добивката, тогаш се појавува сугестијата дека пропорцијата или разликата кај помалите претпријатија е помала. Од друга страна, кај „Лекон“ и „Хити 73“ приходите биле 18 пати поголеми од добивката, а, кај помалите претпријатија, како што се, „Биодекор“ и „Буша“ овој однос бил уште помал, 3,1 и 5,2. Аналогно на ова, се поставува прашањето што значи тоа? Помалите односи помеѓу приходите и добивката значат дека поголем дел од приходите завршиле како добивка и ова е показател на поголема профитабилност. Ако приходите се во однос 3,1:1 со добивката тогаш подразбираме дека близу 1/3 од приходите биле во можност да ги задржат како добивка. Ако земеме други примери за интерпретација се гледа дека, „Лекон“ и „Хити 73“ иако имале повеќе средства, сепак поголем дел од тие средства отишле за трошоци, а само 1/18 или 5,6% останале како добивка. Во ова смисла, овие претпријатија се помалку профитабилни во споредба со претпријатијата со помал обем на трансакции.

Претпријатијата во повеќе прилики се соочуваат со дилемата дали да им даваат подобра плата на работниците или тие средства да ги држат како добивка. Платите на работниците не се според волјата на директорите туку тие повеќе ја рефлектират ситуацијата на пазарот на трудот. Ако на некој работник платата му изгледа ниска тогаш тој/таа многу лесно може да ја напушти таа работа и да оди онаму каде му се плаќа повеќе. Но, во Република Македонија и Полошкиот регион, каде невработеноста е на многу високо ниво, работниците немаат толку избори, па затоа тие работат во овие претпријатија со релативно ниски плати. Но, кои се можностите на претпријатијата за поголеми плати или пониски? Ова може донекаде да се разбере ако го погледнеме односот помеѓу добивката и платите. Секое претпријатие има поголема кумулативна добивка отколку платите што им ги платиле на работниците со исклучок на „Молика“, која, првите две разгледани години (т.е. 2009-2010) работела со загуба поради инвестициите што ги направила и бидејќи требала да им плати на вработените без оглед дали нејзината ситуација е со добивка или загуба во тој временски период. Добивката била два пати поголема во апсолутни суми од платите од „Хити 73“, четири пати кај „Вез Шарпи“ и повеќе од 11 пати кај „Млин“ иако кај „Млин“ просечните плати биле поголеми (блиску 300€), па затоа таа изгледа со поголеми можности за натамошно

зголемување. И приходите на „Молика“ по работник биле значително поголеми од секое друго претпријатие (557 400€), но истовремено нејзините трошоци биле поголеми (509.100€), со што би се ограничила можноста за зголемување на платите. Просечната добивка во однос на бројот на вработените пак била значително поголема од сите други претпријатија (44.400€). Со ово мерилло помала добивка имала „Молика“ (само 1.100€ по работник), потоа од „Биодекор“ со 1.500€.

Пресметувањата во табелата со детални податоци според годините, кои се ставени во Анексот 2, покажуваат многу податоци со поинакво значење од оние што овие фирми ги пријавиле во кумулативна форма за четири години. Во првата година на нашето пресметување (односно, во 2009 година), повисока добивка во апсолутни показатели реализирала фирмата „Хиџ 73“, а поголеми трошоци пријавил „Млин“, а „Молика“ извршила поголеми распределби на платите и ја завршила годината со минус (односно, со загуба) што бил случај и во наредната година. Во три наредни години, лидер од аспект на добивката станала „Вез Шарпи“ имајќи ја 2011 година како најдобра година, но потоа нејзината добивка опаѓа. Фирмата сепак останала на највисоко место од сите други. Како што е прикажано во Табелата бр. 6.6, обемот или големината на добивката не може да биде и показател на продуктивноста и ефикасноста иако таа е значителна. Добивката во однос со приходите се појавува со поголемо учество кај „Биодекор“, но во третата година оваа фирма отишла подалеку отколку што ова известување покажува загуба, што значи дека, просечно не ѝ било доволно да ги плаќа вработените. Овде, треба да нагласиме дека, прашањето во врска со продуктивноста и ефикасноста на претпријатијата (кои овде се вклучени односно истражени како случаи) се разликува од случај до случај и од една до друга категорија показатели. Разновидноста (односно, диверзитетот) на производите, кои ги произведуваат и употребата на нивната технологија го отежнува проценувањето. Едно претпријатие, како главен производ има суџук или салама од кокошка но истовремено истото претпријатие има и други производи. Истовремено, саламата се сретнува и кај другите претпријатија, но нивниот главен производ се јајцата, а кај некои други тоа се млечните производи, со што

фактички се отежнува мерењето и споредувањата на производите. Затоа најдобриот показател на производство е просечната вредност, со која се реализираат овие производи и односите на таа вредност во претпријатието односно дали таа повеќе ќе се дели како плата за вработените или пак ќе се чува за инвестиции.

6.3. Проблеми и предизвици за развој на агробизнисот во регионот на Полог

Спротивно на она што го идентификувавме како можности за развојот на агробизнисот во Полошкиот регион, во овој регион постојат и проблеми и предизвици. Првиот проблем се појавува кај земјоделското земјиште. Иако површината на обработливо земјиште останува со постојна големина, сепак мора да се нагласи дека тоа нема така да остане поради пресијата што доаѓа од урбанизмот преку градење нови објекти. Од страна на населението во Полог, кое има најголем раст во Р. Македонија, се создава посебен предизвик односно проблем како резултат на поделбата на фамилиите, кои го делат земјиштето на помали парцели. Имено, како што беше наведено во поранешните коментари, малите парцели и понатамошните поделби влијаат врз порастот на трошоците и на преференциите на земјоделците во врска со користењето на земјиштето откако тоа ќе биде поделено меѓу нив. Овде се работи за обработливо и продуктивно земјиште, и токму затоа ова земјиште е предмет на поделба меѓу членовите на семејствата. Со овој тренд се зголемува и предизвикот за понудата на домашните производи во агробизнисот.

Втор проблем е трансформацијата на повеќето фамилијарни земјоделски стопанства или земјоделското самоодржување, во еден концентриран комерцијален сектор каде помал број земјоделци би се занимавале со земјоделство, но би обезбедувале поквалитетна храна за поголем број на потрошувачи. Голем предизвик овде преставува поголемата стапка на невработеност, каде што многу луѓе се занимаваат со земјоделство како средство

за опстанок. Подобра е ситуацијата кај оние, кои засега имаат основано некој вид партнерство со големи претпријатија во агробизнисот, како на пример, со оние, со кои тие го договориле нивното производство на млеко за преработка од претпријатието. Со ова се зголемува потребата за одржување на млечните крави од земјоделците. Нивниот предизвик се состои во продажбата на млекото на агробизнис со цел да се стекнат со услови за зголемување на нивниот број на крави (или овци).

Пасиштата во ридско планинскиот регион на Полог нудат алтернатива за проширување, но и овде треба да имаме предвид два фактори, кои не треба да се игнорираат како предизвици: прво, падот на заинтересираноста кај младите да се занимаваат со земјоделство и сточарство, и второ, недостатокот на каков било подетален план за прецизирање и поддржување на ексклузивните зони како најповолни за развој на сточарството (пасиштата, бачилата и планинските зони). Истовремено, малите плати остануваат посебен проблем за привлекување повеќе работници во агробизнисот. Земјоделството и агробизнисот изгледа како да станале сектори за апсорбирање на онаа работна сила, која не може да најде пласман на други места. Но, дали ова значи дека во агробизнисот недостасуваат барања за работници? Од профилот на студиите видовме дека ним се потребни технолози и квалификувана работна сила во прехранбената индустрија, што во моментот не можат да ја најдат во Р. Македонија. Во заклучниот дел на оваа тема ќе дадеме препораки во поглед на она што може да се направи и како треба се дејствува во оваа насока.

Исто така, и царинските оптоварувања се гледаат како пречки во бизнисот за едно поголемо движење на репроматеријалите. За поголемиот дел од прехранбеното производство нема царински тарифи во трговијата помеѓу Република Македонија и другите земји во регионот, што значи, трговијата е либерализирана во рамките на Спогодбата на централна Европа за слободна трговија –ЦЕФТА (Македонија, Албанија, Србија, Косово, Црна Гора, Босна и Херцеговина, Хрватска и Молдавија). Земјоделските производи се ослободени од

царинење, а истовремено се предвидува и елиминација на нивните субвенции¹⁶⁹. Целта на ЦЕФТА е поголема економска интеграција во овој дел на Европа со намера да се постигнат поголеми ефекти кои се појавуваат со проширување на пазарите. Проширувањето на пазарите им помага на разните компании во промоцијата и трговијата. Економските договори влијаат врз јакнење на конкуренција, која се постигнува во текот на економските интеграции. Македонија е релативно мал пазар, па дури мал и за претпријатијата од Полошкиот регион, на кои им се наметна потреба од пенетрација на странските пазари за извоз доколку посакаат да се прошират и развијат.

Ослободување од некои даноци и царински оптоварувања за прехранбената индустрија, со цел храната да се направи поевтина, како што мислат некои од анкетираниите во Полог, не е можно затоа што државата треба да собира буџетски приходи. Од друга страна, целокупното ослободување од даноците и царините за овие претпријатија со себе носи еден сосема неодржлив и голем предизвик. Во теоријата ова би донело поголема можност за потрошувачите да купуваат поевтина храна и пазарот би се направил поконкурентен со изобилни производи, што значи дека понудата би била посовршена. Во пракса, тоа ќе донесе непосредни последици, и нема никогаш да има излез од таа ситуација доколку тоа е без никакви ограничувања. Една неконтролирана либерализација би довела до нелојална конкуренција. Инсистирањето за една полна либерализација во секторот на храната, на почеток можеби носи изобилна и најразновидна храна, но таа ќе биде неконтролирана и затоа може да биде штетна за здравјето на населението. Според познавачите на малиот пазар на Македонија, и малата конкурентна способност, на среден рок, е еднаква на либерализација која може да ја задуши домашната конкуренција и да го извади поголемиот дел од агробизнисите надвор од игра. Кога ќе се случи тоа, фактички се намалува и бројот на вработените и можноста за создавање приходи; кога отсуствуваат приходите нема ниту побарувачка за купување производи на пазарот.

Можностите за иновации и трансформирање на агробизнисот во Полог се

¹⁶⁹ CEFTA Agreement for South Eastern Europe, се наоѓа во интернет страница: <http://www.stabilitypact.org/wt2/TradeCEFTA2006.asp>.

ограничени, како што беше потврдено со студиите. Онаму, каде било присутно учество и соработка со странски партнери од развиените држави (како кај Вез Шари, со учество на Германци и Сентис Аг со швајцарска технологија), таму имало поголемо и поквалитетно производство, како и поефикасно менаџирање со претпријатието. Пристапот до модерната технологија денеска не е проблем ако постојат средства за нејзино купување или ако нејзиниот трансфер дојде од странски инвеститори. Но, сепак, не е само технологијата, таа која може да ја гарантира успешноста на агробизнисот. Имено, поголем предизвик е тоа “што се произведува со таквата технологија и каде да се пласираат производите”. Ова, и другите предизвици за Полошкиот регион се добар пример и за другите региони во Република Македонија односно, за изработка конкретна стратегија за развивање на агробизнисот. веќе може да се изработува и имплементира.

6.4. Развојна стратегија на агробизнис секторот во Полошкиот регион

За регионот на Полог не постои каква било посебна стратегија за развој на земјоделството, и уште помалку некоја таква за развој на агробизнисот. Сè што се однесува за неговиот развој фактички е опфатено со Националната стратегија и општинските планови изработени во рамките на нивните соодветни оддели за локалното стопанството. Општинските планови повеќе се стратешки ориентации за развој и тие повеќе даваат записи изработени на апстрактно ниво, кои помалку или повеќе се во согласност со Националната стратегија. При изработка на нацртот на стратегијата за развој и зголемувањето на агробизнисот за Полошкиот регион најпрвин треба да се послужиме со дијагнозата, трендовите, можностите, ограничувањата и предизвиците. Со поголемиот дел од овие елементи веќе се запознавме во уводниот дел на овај труд. Но, сепак, овде можеме да ги прикажеме на следниов општ начин:

Прво, Полошкиот регион има природни климатски и човечки услови за развој на агробизнисот. Плодното земјиште има масовна експанзија во Полошката рамнина од Тетово до Гостивар и истото е соодветно за одгледување многу

земјоделски култури по кои била и позната во поранешната СФРЈ. Оваа улога се обидува да се врати повторно. Во поглед на неговата земјоделска површина, охрабрувачки е фактот дека, од 2009 година постои тенденција на зголемување на обработливата површина, која сугерира дека населението почнало практично да разбира што може да се опфати со дејноста.

Второ, Полог е најнаселениот регион во Република Македонија после Скопје, што претставува голем потенцијал за потрошувачка, но исто така и за ангажираноста во земјоделството и поврзаните дејности со агробизнисот. Населението има просечна возраст, што е најмлада од сите други региони. Ова претставува голем потенцијал на работна сила. Во одгледувањето на земјоделските производи не се бара некоја посебна квалификација. Можеби поради тоа човечкиот ресурс почнал со зголемување на производството на зеленчук, како што се: кромидот, доматиите, пиперките и на овошјата како што се црешите, јаболката, крушите, кајсиите (што може да се види од Табелата бр. 6.3). Зголемувањето на обемот на производство на овие продукти, освен консумирање како овошје и свеж зеленчук, е можност за зголемување на основата на стапката на набавката за домашниот агробизнис или и нивниот извоз за создавање приходи.

Трето, Полог има релативно висока стапка на невработеност, која се движи околу националната квота (од 31 %), но таа е сепак пониска од трите други региони во Република Македонија (Вардарскиот, Југозападниот и Североисточниот). Самите стапки на вработеноста и на невработеноста можат многу да ни покажат за обемот на стопанските дејности. Полог, повеќе од кој било друг регион во Македонија, има повеќе емигранти во развиените земји. Поголемиот дел од нив се само на привремена индивидуална работа или со еден дел од семејството. Тие испраќаат средства за нивните други членови на семејството кои се во Полог, зголемувајќи го на тој начин индексот на потрошувачка. Потрошувачката го поттикнува производството, и консеквентно, овде се гледа зголемениот потенцијал на агробизнисот. Имено, многу емигранти ги гледаме и како потенцијал за инвестирање во Македонија поконкретно во

Полошкиот регион. Едно таква искуство беше регистрирано и во случаите што ги земавме за истражување.

Четврто, фамилијарните и географските врски со Косово влијаеле и врз интензивирањето на трговските размени меѓу Македонија и Косово. За Македонија Косово останува речиси главен пазар каде може да се извезува. Освен големото движење на луѓето и семејните врски, овде имаме и случаи на преместување на дел од големите компании, односно нивна изградба од Полог во Косово како што се „Ренова“ и „По фикс“. Оваа форма на соработка на Полог со соседните земји е поизразена отколку во другите региони во Република Македонија, како на пример, југозападот со Албанија североисточниот регион со јужна Србија и источна Бугарија, Пелагонија со северна Грција, итн.

Врз основа на овие горенаведени четири главни столбови може да се изработи стратегијата за развој на агробизнисот во регионот Полог. Се разбира, во оваа дисертација нема доволно простор за подетално елаборирање на она, што би било опфатено со таквата стратегија и како истата да се спроведе иако рамките на нејзината основа и видот на мерките што би можеле да бидат преземени се прикажани во рамките на заклучоците на овој труд. Од овој дел произлегуваат само општите ориентации за стратегијата за развојот на агробизнисот за регионот Полог. Дијагнозата почнува со населението и неговиот профил, што значи дека го познаваме клучниот ресурс како производител и потрошувач заедно со стандардот и можностите што ги нуди природата. Пазарите во поранешна Југославија не се лесни да му се вратат повторно на Полог. Но, на нивно место, има трендови за нови позиции и поголемо концентрирање на другите пазари, како во Косово и ЕУ. Присуството и концентрацијата на другите пазари е во интерес и на интегрирањето на економскиот регион, како еден предусловите за пошироки интегрирања во заедничкиот европски пазар. Оваа стратегија на навлегување во регионалните пазари ќе им помогне на Полог и на Република Македонија како подготовка за повисокиот обем на конкуренција, која ќе дојде од поголемиот економски и трговскиот либерализам.

6.5. Агробизнисот - економска иднина на Полошкиот регион

Во светло на клучните поенти изложени во претходната секција, се поставува следново логично прашање: Каква може да биде економската иднина на Полошкиот регион? Во поглед на ова прашање, треба да се нагласи дека никој не може да каже ништо однапред без претходно да навлезе во деталите на самите конкретни проблеми, ограничувањата, предизвиците и перспективите, како на микро така и на макроекономско ниво. На макроекономско ниво или на ниво на државата, во моментов имаме цврста позиција на денарот како резултат на силната монетарна и кредитна политика¹⁷⁰. Денарот треба да се одржи и по членството на Македонија во ЕУ, до моментот кога ќе биде оценето дека домашните производи можат да бидат конкурентни со оние од повеќето други земји на ЕУ.

Пазарот ги диктира и човечките ориентации каде сакаат да работат. Бидејќи просечната плата во јавниот и државниот сектор е многу повисока отколку во земјоделството и агробизнисот, јасно е дека поголемиот дел од работната сила ќе има тенденција да најде работа во оние несекономски сектори каде што платите се повисоки. Сепак, познато е дека, во јавниот и државниот сектор бројот на работни места е ограничен. Тетово, Гостивар и другите општини треба да имаат мала општинска администрација. Бројот на царинските работници е исто така ограничен, и тој во иднина има тенденција да биде помал поради поголемата економска либерализација на трговијата што се очекува да се случи во иднина. Во агробизнисот е поинаку: колку повеќе такви субјекти, менаџери и работници има во овој сектор, толку е подобро. Овде нема ограничувања како во државниот и јавниот сектор, но има ограничени можности кои што треба да се зголемат. Покрај тоа, ова е произведен сектор за разлика од државната и локалната администрација, кои не придонесуваат директно во државниот буџет, туку го трошат. За тоа време, ние сме сведоци дека повеќето од нас постојано бараат места каде што има поголема плата, што како можност во Македонија и

¹⁷⁰ Некои држави, како Косово и Црна Гора, го внесоа еврото во употреба на унилатерален начин како своја валута. Но, со текот на времето се гледа дека еврото (како јака конвертибилна валута) ги направил овие две економии помалку конкурентни.

околните држави (се чини дека) може да се постигне со влез во политиката и натпреварот за преземање на власта. Но, бидејќи овде (во политиката) нема место за сите, населението треба да биде убедено дека голем дел од економската активност и генерирањето приходи зависи токму од нивната лична иницијатива, па дури и на индивидуална основа, со опции, кои ни ги даваат расположливите ресурси. Потребна е волја, посветеност и знаење. Развојот на овие елементи е во групата на најсериозните предизвици.

Технологијата досега не успеа да произведе или да ги замени лабораториите за гравот, јаболката, грозјето и зеленчукот, без основа во нивната земја и расад. Значи, кравата, млекото, праската, вишната, пиперките, сливите нема да исчезнат за да бидат заменети со вештачки производи. Се менуваат само методите и технологијата за нивно зголемување, како и начините на нивна изработка. Од аспект на индустриската преработка или агробизнисот, Полог може да бира меѓу алтернатива да го зголеми повеќе волуменот и приносот на примарното производство или повеќе да се фокусира на нивна преработка. Предноста на првата опција е дека без примарното производство не постои развој на земјоделството (освен ако суровите се увезени). Консумирањето на овошјето и зеленчукот му помага на здравјето на населението. Слабоста за бизнисот, кој се занимава со нивно производство и продажба, се состои во фактот дека, многу од овие производи имаат краток годишен циклус на постоење и стабилност (т.е. тие имаат т.н. „сезонски ефект“) и ако не се продадат во разумен рок можат да биде уништени и отстранети како отпад. За да се избегне овој ризик, земјоделските производи кои се расипливи на краток рок му се доставуваат на агробизнисот за нивна преработка, пакување, конзервирање, со што е значително проширен рокот на нивна потрошувачка. Специфичната стратегија за развој на агробизнисот во Полог ќе биде комплетна доколку истата е базирана врз детална анализа на придобивките понудени од страна на едната и другата алтернатива, притоа секогаш водејќи сметка за пазарниот повратен одговор (“feedback”).

Полог е познат по некои земјоделски производи за кои се дадени специфични атрибути, или кои се разликуваат од оние во другите региони поради

сигурноста во нивниот квалитет, како што се гравот на Полог и јаболката од Тетово. Но, иако се со висок квалитет, овие производи сепак досега не најдоа големо присуство на странските пазари, каде што тие лесно би навлегле само ако има претходно има подготвено план за зголемување на нивното производство и истражување на пазарите за извоз. Гравот е зеленчук со долга трајност и нема потреба да биде подложен на значителна обработка како сите други (како што се на пример, компирот, доматиите и сливите). Единствена фаза, што е потребна кај гравот, за потребите на индустријата, ќе биде неговото пакување и создавање бренд наречен „Грав Полог“. Тетовското јаболко е посспецифично од другите. Во моментот, на пазарот и во регионот доминираат три видови јаболка: зелено, црвено (малку кисели), делишес (црвено и слатко). Тетовското јаболко е вкусно, но проблемот е во тоа што не постои масовно производство, со цел тоа да се шири и на други пазари.

Истовремено неопходно е да се нагласи дека, дури и ако постојат добри услови за одгледување грозје и тутун во Полог, локалните субјекти сепак треба да бидат свесни дека другите региони на Македонија се понапредни и се со поголем волумен на производството на овие култури. Значи, Полог тешко може да биде конкурентен во Македонија во тој поглед. Потребна е поголема ориентација кон оние производи кои се идентификувани како потенцијал кој преовладува во Полог и каде што е во интерес на економската разновидност на македонското земјоделство. Ако вардарскиот регион е голем производител на грозје, Полог треба да има предност на тронот на рамно и плодно земјиште за зеленчук и житарки.

ЗАКЛУЧОЦИ И ПРЕПОРАКИ

Земјоделството е најстара гранка и најрана човекова дејност. Човекот пред да се занимава со која било друга дејност, најпрво мисли за храната бидејќи тоа му го овозможува неговиот опстанок, во својство на биолошко суштество. Во текот на историјата, со порастот на населението и неговото освестување, пораснало и се диверзифицирало користењето на природните извори. Значењето на развојот на земјоделството и храната за луѓето зема замав во средниот век. По индустриската револуција кога човештвото создаваше и други економски добра, значењето на земјоделството некако почна да се избледнува наспроти техничкиот и технолошкиот напредок. Се создаде еден вид предрасуда дека со земјоделството се занимаваат во поголем дел земјите со слаби економии, и дека земјоделството не е опција за чекорење напред и развој на една држава.

Ова уверување почна да го искористува социјалистичкиот економски систем, кој приоритетот за економскиот развој го гледаше во тешката индустрија, додека земјоделството го гледаше како област која може да се развие лесно доколку индустријата би се развила прва. Впрочем, поголемиот дел од комунистичките држави не застанаа со развој на воени технологии, но на поголемиот дел од народот од овие земји, со овој развој на тешката индустрија, им требаше да чекаат редици за да се снабдат со храна, при што често недостигаа некои производи. Поранешна Југославија, на која припаѓаше и Република Македонија како нејзин составен дел, била во состојба да ги отстрани хроничните недостатоци на некои прехранбени артикли бидејќи имаше дозволено на приватна сопственост во земјоделството повеќе од која било друга социјалистичка држава, и следеше една полуотворена економска политика во меѓународните економски односи. Но и во Југославија преовладуваше убедувањето дека развојот на земјоделството и агробизнисот треба да има помало значење во однос на индустрискиот развој, или преобразбата од аграрна во индустриска земја.

Сугестиите од индустриски развиените земји дека земјите со помали приходи треба да се концентрираат повеќе во развојот на земјоделството, се сметаа како не толку пријателски, создавајќи убедување дека со тоа се стреми кон зависност на сиромашните земји од технологијата на индустријализираните земји. И развиените земји можеби го имале ова уверување, што значи дека самите сакаа да останат лидери во индустријата и технологијата за да им продадат на земјите во развој производи со високи цени, а од нив да увезат прехранбени производи со ниски цени. Овој стремеж на политиките на развиените земји ќе го погоди реалноста на кризата за храна во многу земји на светот, од која може бидат загрозувани и развиените земји.

Неочекуваните збиднувања како сушата, останатите природни и човечки непогоди (војните и зголемениот број бегалци), како и големиот раст на цените на храната во последните години, ја зголеми загриженоста и кај големите развиени држави. Дури сега после кризата, новите околности ја наметнаа потребната смисла за значењето на храната како стратешки ресурс. Големите згради и зданија во одредени околности не можат да ја имаат вредноста колку потребата за храна, или како често се кажува во народот „куќата и асфалтот не се јадат“. На земјите со помалку поволни услови за развој на земјоделството, им е потребно еден дел од факторите на производството (трудот и капиталот) да ги ориентираат во развој на агробизнисот, дури и со увезени сировини. Кога постојат услови за развој на земјоделството тогаш тоа му ја олеснува работата на агробизнисот, намалувајќи ги трошоците за транспорт од другите земји, а евентуално и од царинските давачки. Швајцарија сигурно по прво би одгледувала кафе отколку да го увезува, доколку би го дозволиле нејзините географски и климатски услови. Ова укажува за на значењето на примарното земјоделско производство, било во својство на производи за непосредна потрошувачка, агробизнис, или и за извоз, бидејќи вака му се помага на развојот на агробизнисот и во други предели на светот.

Во оваа дисертација цел на истражување е развојот на земјоделството и агробизнисот во една транзициска земја, Република Македонија, со посебен акцент на еден од нејзините осум региони - Пологи - кој е распространет на

северозапад и се граничи со Република Косово. Владата на Република Македонија од почетокот на XXI век ги засилувала обидите и посветеноста за земјоделски и рурален развој и поттикнување на агробизнисот. Ова се потврдува со одреден број среднорочни стратегии изготвени од 2003 година па наваму. Освен обидите за земјоделски и рурален развој преку националните стратегии, ориентација на владата е трансформација на развојот на овој сектор според начелата на ЕЗ, така што во иднина земјата да биде во можност да учествува во заедничкиот европски пазар како конкурентен партнер. Јасно е дека Македонија не може да биде конкурентна во автомобилската или воздухопловната индустрија, затоа му се придава посебно значење и внимание токму на развојот на земјоделството и агробизнисот. Секој може да го нагласи значењето на развојот на земјоделството и агробизнисот, но аргументацијата и конкретизирањето на овој значење не е и толку едноставна и не може да се изведе површински без навлегување во подетални анализи за изнаоѓање на можностите за дејствување во корист на развојот и порастот.

Република Македонија опфаќа територија од 25.713 km² во која живеат над два милиони жители. Со БДП од приближно 4.000\$ *per capita*, и релативно голема невработеност (над 31%) Македонија влегува во земјите во развој. Свкупната земјоделска површина во 2011 година се сметаше дека е 1.120.213 ha, од кои 511.316 ha беа обработливо земјиште. Земјоделството учествуваше со 10% во бруто домашниот производ (GDP) и 18% во вработеноста. Земјоделското земјиште е распространето во парцели со просечна големина од 2,5 до 2,8 хектари. Ваквата фрагментација на парцелите ги зголемува оперативните.

SWOT и PEST анализите покажаа една палета на предности и предизвици за развојот на агробизнисот во Македонија. Во кругот на истакнатите предности се: поволните природни и климатски услови, евтината и доволна работна сила, зголемениот буџет за поддршка на земјоделството и руралниот развој, позитивен биланс со понатамошен пораст на тргувањето со прехранбени и земјоделски производи. Како слабости и ризици со големо влијание се појавуваат: мал/ограничен пазар во земјата, ниско ниво на приходите како ограничување на

растот на бизнисите, голем дел сеуште останува во својство на семејно земјоделство (иако неопходно за семејствата), влијанието на глобалната економска криза, опасноста од суши и пожари, како и големото учество на неформалниот сектор и нелојалната конкуренција. За минимизирање на ефектите од овие слабости препознаени се следниве можности: лесен пристап кон европските пазари, можности за раст преку владините програми и поддршката од донаторите, модернизација и зголемување на продуктивноста преку помошта од програмите на ЕУ, и процесот на пораст на сертифицирање на производите (ISO и HACCP) како елемент на квалитет и конкурентност. PEST анализата не ја покажува како поволна околината врз основа на политичките, економските, социјалните и технолошките фактори, но сепак нема простор за загриженост.

Поголемата концентрација на истражувањето на оваа тема беше врз развојот на агробизнисот во Полошкиот регион, како пример кој може да понуди поуки и за другите региони во Македонија. Истражувањето е спроведено во два правци; со секундарни податоци обезбедени од публикациите на владините институции кои ја овозможува споредбата на економскиот и земјоделскиот профил на Полог со другите региони, и со примарните податоци кои се собрани на терен со помош на анкетниот прашалник. Полог е најголемиот регион со население во Македонија по Скопје, и има население со помлада просечна возраст (34 години). Површината на обработливо земјиште од 43.080 хектари, беше помала од било кој регион освен Скопје кој повеќе е познат како метрополска зона. Ова површина била помала и растела од 2009-та до 2011 година, кога е извршено последното мерење. Кога на ова ќе му се додаде зголемениот производствен обем на некои видови зеленчук во текот на истиот период, ни сугерира дека во Полог интересот за развој на земјоделството е во пораст. Но, кои се конкретните резултати за развојот на земјоделството и развојот на агробизнисот?

Се обидовме ова да го констатираме преку примарното истражување и со помош на студии на случај со метода, која опфати 8 најпознати агробизниси. Тие се: Сентис А-Г (производство на млечни производи), ХИТ 73 (производство на

сирење, тргување со вештачки ѓубрива и сточна храна), „Везе Шари“ (производство на јајца, одгледување пилиња и производство на месни производи), „Пекон“ (производство на брашно и негови продукти), „Молика“ (одделение за обработка на цреши и пиперки), Мелницата „Кокра е арт“ (Златно зрно - производство на брашно), „Буша“ (производство на месни производи) и „Биодекор“ (одгледување на растенија и декоративни дрва).

Емпириската анализа на овие студии на случај, покажа разнолики показатели за ефикасноста, од претпријатие до претпријатие, од показател до показател. За да се биде поконкретен во вреднувањето на нивната продуктивност, не се задржавме само на стандардните показатели кои повеќе се користат во истражувањата, т.е. на производството, туку ја преместивме анализата врз пазарната вредност на тие производи, бидејќи пазарот е тој што го кажува завршниот збор за тоа колку сме ефикасни. Просечната плата на вработените во Полошкиот регион во целина е видно поголема од највисоката плата (300 €) на приватните агробизнис претпријатија кои ги истражувавме, а повеќе од двојно од просекот на овие претпријатија која се движеше од 215 € во 2010 година и 219 € во 2011 година. Оваа голема разлика ја објаснивме со три причини: 1) платите во приватниот сектор се многу пониски од државниот и јавниот сектор; 2) невработеноста во Полошкиот регион е многу повисока и е во пораст; и 3) можно е претпријатијата да пријавиле пониски плати.

Движењата на просечната продуктивност варираат според мерните единици и технологијата. „Везе Шари“ и „Молика“ биле во состојба да создадат повеќе аутпут бидејќи поголемиот дел од механичките работи на работниците ги вршеле преку автоматизирани процеси. Мерењата на продуктивноста преку пазарната вредност на производите или нивната реализација и финансиска изведба врз основа на приходите, трошоците, платите и добивката, беа поразумни и значајни. Највисоки приходи и трошоци имала Мелницата „ЗЛАТНО ЗРНО“, проследена од „ХИТ 73“ и „Сентис А-Г“. Вкупниот износ на средства уплатен за плати не ја покажуваше зависноста како во случајот со приходите и трошоците, ниту во апсолутни показатели, ниту пак во релативни. Претпријатијата кои ги

плаќале повеќе вработените, го направиле ова за сметка на помалата добивка и обратно.

Истражуваните претпријатија пријавиле разни пречки во нивната дејност и нивното проширување. Недостигот на доволна побарувачка поради тоа што потрошувачите трошат помалку поради ниската куповна моќ, се појавува како една од главните пречки. Независно од работната сила на располагање и големата невработеност во Полог, претпријатијата во прехранбената индустрија ја чувствуваат потребата и недостигот за квалификуван кадар.

По констатација на состојбата, вреднување на изведбата и препознавање на предностите и предизвиците, од корист е да упатиме некои препораки, врз основа на специфичните услови на Полошкиот регион. Под специфични услови кои често се споменуваат во разни истражувања, не подразбираме приспособување кон некоја стандардна методологија или стратегија, туку истакнувањето на оние елементи кои се поприфатливи за соочување. Стратегиите за земјоделски и рурален развој кои Владата на Република Македонија продолжува да ги подготвува и спроведува, колку и да се значајни, нивен главен недостаток е дека не ги разработуваат можностите и перспективите на развојот на агробизнисот. И покрај тоа што земјоделскиот развој е добра основа за агробизнисот и прехранбената индустрија, сè уште е нејасно колкаво е влијанието врз развојот на агробизнисот, колкав е соодносот на извезените земјоделски производи, колкава количина останува во земјата и се консумира како свеж производ, колкава количина завршува во фабриките, и колку се увезува за потребите на преработувачката индустрија. На прв поглед ова изгледа малку тешко, но ако се направат приближни проценки, тогаш и стратегиите за развој полесно можат да ги препознаат мерките и политиките за стимулирање кои треба да се преземат. Би било од голема корист ако Министерството за земјоделство покрај стратегијата за земјоделски и рурален развој, би подготвило и Стратегија за развој на агробизнисот, или во најмала рака, да го опфати ова како посебен дел од општата стратегија за земјоделство.

Ако националната стратегија не е во можност да им одговори на специфичните потреби на одредени региони на Македонија, тогаш општините можат подобро да ги артикулираат барањата и потребите на агробизнисите во нивните региони. Ова можат да го направат преку подобро набљудување на трендовите на агробизнисот во нивните региони, преку прибирање, систематизација и анализа на податоци. Потоа истите може да ги дискутираат со Министерството за земјоделство за изнаоѓање мерки за поддршка. Исто така се препорачува општинските одделенија за економија и финансии, освен рутинските планови, да изготват и стратегии за развој на агробизнисот, или во најмала мерка ова да го направат во ниво на регионот, на пример, општина Тетово за Полошкиот регион. Сето ова не значи дека регионалните стратегии не би се усогласувале со националната стратегија, туку напротив, ова само би им помогнало на владините институции за подобра проекција на некои работи кои можат да им избегнат без да се знае нивното значење.

Сериозен предизвик во Полог што се однесува до обработливото земјоделско земјиште остануваат малите парцели со тенденција за понатамошна фрагментација во уште помали единици. Се знае дека трошоците за сеидба и жнеење на пченицата се повисоки во 20 локации со различна оддалеченост помеѓу нив на една површина односно локација. И приносот од овие парчиња е помал поради различниот состав на парчињата (парцелите). Овој проблем бил познат и во поранешна Југославија, и кон крајот на 1980-тите беше преземена иницијатива за реформа позната како *комасација*, според која, приватните земјоделски земјишта распространети во повеќе парцели, би се соединиле во една или две големи парцели. Таа иницијатива по сè изгледа не се актуализираше во Република Македонија, но би било многу корисно да се разгледа и спроведе колку што е можно побрзо и посеопфатно, во корист на зголемување на приносите и намалување на трошоците. Има случаи кога семејствата од Полог имаат неколку парцели покрај автопатот Тетово-Гостивар на левата и десната страна, а малку и до нивните куќи во подножјата на ридовите. Се забележува една голема разноликост на посевите со зеленчук и жито. Повеќето од овие земјоделци би биле во можност подобро да ги сеат житата и зеленчукот на едно место, отколку

во неколку парцели. Затоа, планот за окрупнување треба да се покрене од страна на Владата. Претходно е потребна студија и образложение за да се дојде до заклучок за придобивките од таквата реформа, како за самите земјоделци, така и за прехранбената и преработувачка индустрија. Не е добро идејата да се отфрли без да се направи студија за можните ефекти.

Вообичаено, во препораките за економски развој и развој на бизнисот, најчесто се поаѓа од гледиште на бизнисите и како тие влијаат врз вработувањето на луѓето со цел намалување на сиромаштијата. Земјоделството и агробизнисот веќе се препознаени како потенцијали со веројатност за апсорпција на дел од работната сила во Полог, посебно неквалификуваната. Но, во нашите студии на случај се сретнавме со побарувачката за кадар со одредени квалификации, т.е. технолози во прехранбената индустрија. Ова покажува каде можат да се најдат себеси многу работници ако земјоделството и агробизнисот би биле перспективни. Како да се постигне ова? Образовниот систем, системот за обука и специјализација треба да ги исполни барањата и потребите на бизнисот, а не на стандардните облици на учење и студирање кои се во употреба подолго време. Повеќето од нас може да сме економисти со стандардни знаења, но се случува да останеме без работа, или нашата работа да не даде непосредни ефекти. Ако сите станеме академски граѓани во потрага по престижна титула, што ќе се случи? Дали ќе станеме поразвиена држава? Сигурно дека не, бидејќи за некои работи се потребни потесни практични знаења, кои даваат непосреден ефект, како на пример, специјализацијата и практичната работа во прехранбената индустрија. Техничките способности во изнаоѓање нови начини за производство на храна, денес по сè изгледа се повеќе барани од порано, а сето ова е наметнато од предизвиците на кризата за храна и порастот на цените.

АНЕКС 1

Анкетен прашалник и интервју

Прашалник за аџробизнисот и земјоделскиот претпријатија во Полошкиот регион

Целта на овој прашалник е да се соберат квантитативни и квалитативни податоци за неколку претпријатија во Полошкиот регион во Република Македонија за да се утврди статусот, улогата, предизвиците и перспективите на развојот на земјоделството. Прашањата во прашалникот имаат главно менаџерски, претприемачки и институционален карактер. Од Вас, почитувани претприемачи, бараме неколку бизнис индикатори за да констатираме како влијаело деловното окружување врз резултатите.

Намената на овој прашалник и податоците кои ќе се добијат од него е во тоа што, ќе ни помогне да ги идентификуваме предностите и предизвиците на Вашиот бизнис, и ќе ни овозможи да предложиме неколку креативни идеи за економските политики и законската рамка за приватното претприемништво во Полошкиот регион, кои ќе бидат вклучени во мојата докторска дисертација.

Вашиите одговори ќе имаат висок степен на доверливост. Податоците добиени од овој прашалник ќе служат исклучиво за изработка на мојата докторска дисертација.

Со висока љачија за Вашата соработка и придонес

Ви благодарам!

Со љачија,

м-р Ружди Маџиши

Структура и содржина на прашалникот

Овој прашалник се состои од четири поглавја:

- Поголавје 1: Основни податоци за претпријатието;
- Поголавје 2: Правна и институционална рамка;
- Поголавје 3: Менаџирање и начини на менаџирање;
- Поголавје 3: Бизнис перформанса

Секое поглавје нуди шаблон за начинот како треба да се пополни, забележувајќи ги перцепциите и проблемите со кои се соочувате при дневните деловни активности во вашето претпријатие или во околината односно прилагодување на деловното окружување со неговата правна и институционална рамка.

ПОГЛАВЈЕ 1: Основни податоци за претпријатието**1.1. Основни информации:**

Назив на претпријатието: _____
Година на основање: _____
Позиција на анкетираниот: _____
Држава/Град во кој претпријатието работи или има седиште: _____
Контакт: тел: _____ e-mail _____
Интернет страница: _____
www. _____

1.2. Претпријатието е регистрирано како:

- а) Индивидуален бизнис (еден основач)
- б) Партнерство (две или повеќе основачи)
- в) Друштво со ограничена одговорност
- г) Друга форма, каква? _____

1.3 Основна дејност на претпријатието е:

- а) Производство
- б) Трговија
- в) Услуги
- г) Друго (како основна дејност): _____

1.4. Секундарна или дополнителна дејност е:

- а) _____
- б) _____
- в) _____

1.5. Колку сопственици има претпријатието? 1 2 3 4
>

ПОГЛАВЈЕ 2: Правна и институционална рамка

1.1 Од каде се информирате за правните промени

- a) _____
- б) _____
- в) _____
- г) _____

**2.2. Дали сте член на некое деловно здружение или бизнис заедница? Да
Не**

Доколку сте, од која (ве молиме наведете): а) Стопанска комора, б) некоја локална асоцијација

в) друго _____

2.3. Дали учествувате на состаноците и активностите на здружението (доколку сте одговориле со Да на 2.2)?

Да Не

2.4. Како воопшто ја оценувате законската рамка на приватните претпријатија во Македонија, вклучувајќи го и Вашето претпријатие?

а) поволна; б) не баш поволна в) неповолна г) многу неповолна

2.5. Колку сте задоволни од услугите на централната и локалната администрација?

а) многу задоволни; б) задоволни; в) донекаде задоволни; г) незадоволни
д) многу незадоволни

2.6. Дали мислите дека постојат правни недостатоци кои претставуваат пречка за вашиот бизнис? Да Не

Доколку сте одговориле со Да, Ве молиме наведете ги тие недостатоци:

- а) _____
- б) _____
- в) _____

2.7. Доколку сметате дека нешто треба да се промени во законската рамка, што мислите треба да се менува за да се олесни вашиот бизнис?

- а) _____
- б) _____
- в) _____

2.8. Со кој вид данок сте обврзани и кои даноци редовно ги плаќате?

а) Данок за додадена вредност (ДДВ)

- б) Данок на добивка
- в) Персонален данок на доход
- г) Царини
- д) Акцизи
- ѓ) Друго (пр. комунална такса) _____

ПОГЛАВЈЕ 3: Менаџирање и начини на менаџирање

3.1. Кој раководи со претпријатието?

- а) (Главниот) сопственик и ко-сопствениците
- б) Избраниот менаџер/директор
- в) Сопственикот и менаџерот заедно
- г) Други _____

3.2. Какво образование и квалификации поседуваат сопствениците и менаџерите?

- а) Сопственикот _____ б) Вториот сопственик _____
- в) Менаџерот _____ г) Вториот менаџер _____

3.3. Кој ги донесува главните одлуки во претпријатието?

- а) Самиот сопственик б) Менаџерот в) двајцата заедно
- г) Други _____

3.4. Каква е досегашната соработка со деловните партнери?

- а) задоволна б) донекаде задоволна в) незадоволна

3.5. Како се управува со работите на претпријатието?

- а) преку мрежа на потрошувачи б) преку мрежа на клиенти в) партнерство и координирање
- г) Друго _____

ТРГОВСКИТЕ АКТИВНОСТИ

3.5. Врз основа на што се базираат предностите на Вашето претпријатие врз другите претпријатија?

- а) квалитетот на производите/услугите
- б) технологијата и стандардизацијата
- в) пристапните цени
- г) добрата мрежа за снабдување
- д) добрата мрежа за продавање
- ѓ) друго _____

**3.6. Дали сте учествувале во некоја обука за менаџирање/управување? Да
Не**

Доколку Да, од која област:

- а) _____ б) _____
в) _____ г) _____

3.7. Дали Ви било понудена помош, поддршка или советување? Да Не

Доколку Да, дали ви било понудено од:

- а) Државните институции (ве молиме наведете ги кои):

- б) Странските институции (пр. Програмите на ЕУ)

3.8. Што е тоа што го спречува поефикасното работење на Вашето претпријатие? (рангирај од 1 како најважно....)

- а) нелојалната конкуренција и неправилна примена на законот ()
б) големата корупција во Македонскиот бизнис ()
в) корупцијата во институциите ()
г) неповолната бизнис околина ()
д) тековната финансиска и економска криза ()
ѓ) нашите ограничени менаџерски вештини ()
е) друго _____ ()

ПОГЛАВЈЕ 4: Бизнис перформанса

4.1. Колку вработени (со полно или со делумно работно време) има претпријатието?

2009: ____ (м) ____ (ж), 2010: ____ (м) ____ (ж), 2011: ____ (м) ____ (ж),
2012: ____ (м) ____ (ж),

* (м) = машки, (ж) = женски

4.2. Колку е отприлика нивната просечна плата:

2009: ____ (м) ____ (ж), 2010: ____ (м) ____ (ж), 2011: ____ (м) ____ (ж),
2012: ____ (м) ____ (ж),

* (м) = машки, (ж) = женски

4.3. Колку е годишниот промет во последните 4 години (во Евра):

2009 _____
2010 _____
2011 _____
2012 _____

4.4. Колкав е капацитетот на производство во претпријатието (број на производи по година)?

	Износ по година		
	2009	2010	2011
2012			
Производ 1 _____	_____	_____	_____

Производ 2 _____	_____	_____	_____

Производ 3 _____	_____	_____	_____

Производ 4 _____	_____	_____	_____

Производ 5 _____	_____	_____	_____

Производ 6 _____	_____	_____	_____

4.5. Приходи, трошоци и профит/загуба (во евра)

	2009	2010	2011	2011
Приходи				
Трошоци				
Плати				
Профит/загуба				

4.5. Кои се главните извори на приходите?

1) _____ 2) _____
 3) _____ 4) _____

4.6. Дали извезувате? Да Не

4.7. Колку учествува вашиот извоз во прометот/продажбата?

_____ %

4.8. Увозот (во евра)

	2009	2010	2011	2012
Македонија				
Странски пазар				
1.				
2.				
3.				
4.				

4.9. Колку е приближната вредност на основните средства _____ Евра

4.10. Од каде се снабдувате со сировини за тековната дејност?

- i) Од локалниот пазар (Македонија)
ii) Од странскиот пазар (од кое место)?

а) _____ б) _____
в) _____ г) _____

4.11. Дали може да ги наведете главните пречки за развој на вашето претпријатие денес во Македонија? (Ве молиме да ги напишате одговорите според спецификацијата, а може да се даат и повеќе одговори)

	Да=1 Не=0
Несоодветни консултантски услуги	
Недоволни информации за пазарите и законските прописи	
Недостаток на побарувањата затоа што потрошувачите трошат помалку	
Проблеми при купување инпути (опрема, сировини и материјали, стоки)	
Високите даноци и царински обврски	
Недостаток на законите и спроведувањето на постојните закони	
Проблеми во пронаоѓањето квалификуван кадар	
Лошата состојба на инфраструктурата (патишта, електрична енергија, телекомуникации, итн)	
Недостаток на финансиски средства	
‘Нефер/силна конкуренција	
Друго	
Детали за другите пречки _____	

4.12. Дали може да ги наведете трите најважни пречки (од претходната табела, рангирајте од 1 до 11) _____

4.13. Кои се вашите главни конкуренти?

- а) Увозниците б) уличните продавачи в) друга форма на нелојална конкуренција (шверц) г) Друго

4.14. Колку вкупно сте инвестирале во Вашиот бизнис во последните 2-3 години? _____ (ЕВРА)

4.15. Начинот на инвестирање? _____

4.16. Дали сте се нашле во финансиска криза во водење на вашиот бизнис во текот на последните три години? Да Не

4.17. Колку траел тој период?

- а). _____ (Број на месеци)
б). Не се сеќавам/или не знам

4.18. Дали сте имале проблеми со електричната енергија во водење Вашиот бизнис?

Да Не

4.19. Кои се Вашите бизнис планови во следните 12 месеци?

(Ве молиме да ги напишете одговорите според спецификацијата, а може да се даат и повеќе одговори)

	Да= 1 Не = 0
а) Да се проширам со нови локации/простории	
б) Да отворам нови линии за производство	
в) Да вработам повеќе работници и квалификуван персонал	
г) Да го подобрам квалитетот на производот (зголемување на додадена вредност)	
д) Да освојувам нови пазари	
ѓ) Да почнам со производство на стоки кои сум ги тргувал порано	
е) Да го намалам производството или да го затворам бизнисот	
ж) Да го намалам бројот на вработените	
з) Да останам на истата досегашна состојба	
с) Друго (наведете ги деталите) _____	

Забелешка!

Доколку сметате дека има нешто важно во Вашето претпријатие во врска со ова анкетање (на пр. некој предлог, идеја, грижи, жалби, и слично), ние со задоволство би го дискутирале тоа тука:

Ви благодарам за Вашето одвоено време, разбирање и соработка!

АНЕКС 2

Финансиската перформанса на студиите (случаите) во регионот на Полог според години, во '000 €.

Год	категиорите	Хит 73	Пекон	Млин	молика	Буша	Биодекор	Sentis A-G	V.Шари
2009	приходи	2.665	1.988	2.731	549,8	284	30	2.016	2.000
	трошоците	2.184	1.820	2.690,1	510,7	201	15	1.833	1.750
	платите	52,2	70,7	37,9	198,2	15	0,7	34,6	57,6
	добивка	428	97,3	2,2	-159,1	68	14,3	148,6	192,4
	➤ приход/добивка	6,2	20,4	1.265	-3,5	4,2	2,1	13,6	10,4
	➤ добивка/платите	8,2	1,4	0,1	-0,8	4,5	20,8	4,3	3,3
	➤ приход/работни.	126,9	64,1	195	11,2	35,5	10	252	62,5
	➤ трошоците/работници	104	607	192	10,4	25	5	229	54,7
	➤ добивка /работн	20,3	3,1	0,2	-3,2	8,5	4,7	18,6	6
2010	приходи	3.019	2.020	2.100	856,1	296	25	2.585	2.220
	трошоците	2.744,5	1.878	1.796	722	224	10	2.439	1885
	платите	82,8	74,4	42,6	139	16	1,1	55,9	82,2
	добивка	191,8	67,6	261	-5,3	56	13,9	90,1	252,8
	➤ приход/добивка	15,7	29,9	8	-162,3	5,3	1,8	28,7	8,8
	➤ добивка/платите	2,3	0,9	6,1	-0,04	3,5	13,1	1,6	3,1
	➤ приход/работни	116	65,2	300	18,6	32,9	5	112,4	54,1
	➤ трошоците/работници	105	376	257	15,7	25	2	106	46
	➤ добивка /работн	7,4	2,2	37,3	-0,1	6,2	2,8	3,9	6,2
2011	приходи	3.562	2.150	9.847	1.034	279	15	3.141,3	3.000
	трошоците	3.405	1.911	8.950	839	219,6	5	2.852,8	2.378
	платите	102,4	83,2	46,8	102,5	16,5	16,5	568,8	92,2
	добивка	54,5	155,8	850	92,5	43,2	-6,5	231,6	529,8
	➤ приход/добивка	65,4	13,8	11,6	11,2	6,5	-2,3	13,6	5,7
	➤ добивка/платите	0,5	1,9	18,2	0,9	2,6	-0,4	4,1	5,7
	➤ приход/работни	108	65,1	895,2	38,3	34,9	3	112,2	71,4
	➤ трошоците/работници	103	382	813	31	27,4	1	102	56,7
	➤ добивка /работн	1,6	4,7	77,2	3,4	5,4	-1,3	8,3	12,6
2012	приходи	3.841	2.200	9.847	2.100	302	10	3.809	3.000
	трошоците	3.653	1.968	8.960	1.757	231	5	3.521	2.560
	платите	129,3	88,2	46,8	105,2	17,2	0,8	103	98,8
	добивка	58,3	143,3	840	237,6	54,2	4,2	185,3	341,2
	➤ приход/добивка	65,9	15,4	11,7	8,8	5,6	2,4	20,6	8,8
	➤ добивка/платите	0,5	1,6	17,9	2,3	3,2	5,6	1,8	3,5
	➤ приход/работни	91,5	62,9	820,6	80,8	33,6	2,5	119	66,7
	➤ трошоците/работници	870	492	747	67,6	25,7	1,2	110	56,9
	➤ добивка /работн	1,4	4,1	70	9,1	6,3	1,1	5,8	7,6

Забелешка: поради едноставноста, податоциите се дадени во 000 и се пресметани со полни износи. Нивното пресметување во однос со другите во табела можат да не ја дадат точниот износ, туку приближниот.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ademaj, Sinan (1996), *Histori e mendimit ekonomik* (Историја на економска мисла), Prishtinë: Universiteti i Prishtinës, Fakulteti Ekonomik.
2. Adizes, Isak (1979[1994]), *Diagnoza stila upravljanje*, Novi Sad: IKA “Promotej”, превод на книгата на Liljana Kovačević.
3. Agence France-Presse (2010), “India says no to first GM food crop”, New Delhi, 9 February 2010.
4. Агенција за храна и ветеринарство, Повеќе информации за работата на агенцијата од <http://www.fva.gov.mk/>.
5. Агенција за храна и ветеринарство на Република Македонија (2011), ‘Водич за потрошувачи во врска со безбедна храна, Скопје.
6. Angelova, Biljana&Bojnec, Štefan (2011), “Developments in the Agricultural and Rural Capital Market of the Former Yugoslav Republic of Macedonia”, Center for European Policy Studies, Working Paper No. 9, Brussels.
7. Arvanitoyanis, Ioannis S., Paliokostas, Christos, and Panagiotaki, Panagiota (2009), “A Comparative Presentation of Implementation of ISO 22000 Versus HACCP and FMEA in a Small Size Greek Factory Producing Smoked Trout: A Case Study”, *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, Vol. 49, No. 2, pp. 176 – 201.
8. Brown, David (2000), The 'recipe for disaster' that killed 80 and left a £5bn bill, *the Telegraph*, <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1371964/The-recipe-for-disaster-that-killed-80-and-left-a-5bn-bill.html>, посетена во март 2012.
9. Caribbean Export Development Agency (2007), *Export Marketing: How to Prepare to Export Successfully And Promote Your Company Through Trade Fairs*, Belize: Innovative Project Solutions Ltd.
10. Carlton, Denis W. and Perloff, Jeffrey M. (2000), *Modern Industrial Organization*, 3rd ed., New York: Addison-Wesley.
11. Cateora, R. Philip, Ghauri N. Pervez (1999), *International marketing*, 2nd ed., London: McGraw Hill.
12. CEFTA Agreement for South Eastern Europe, <http://www.stabilitypact.org/wt2/TradeCEFTA2006.asp>.

13. Clark, G. (1998), "Technology, Globalization and Economic Performance", *The Journal of Economic History* 58:
14. CNN (2012), "Food Price Crisis", CNN, Atlanta, 03.09. 2012, се наоѓа во интернет страницата <http://edition.cnn.com/2012/09/03/opinion/frum-food-price-crisis>.
15. Светска Банка (2013), 'Партнерство со Република Македонија Слика на програмата на земјата', Светска Банка, Скопје.
16. Drinkwater, Laurie E. (2009), "Ecological Knowledge: Foundation for Sustainable Agriculture", in Francis, Charles A. Ed., *Organic Farming: The Ecological System*, Madison: American Society of Agronomy Inc.
17. Државен Завод за Статистика (2011), "Број на активни деловни субјекти во 2010 година", Godina/Year XLIX. Сопштение /No: 6.1.11.12, Скопје.
18. Државен завод за статистика (2013), Индекси на цените на мало и на трошоците на животот, <http://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie.aspx?rbtxt=38>, посетена на ден 06.07.2013 година.
19. Дорева, Елена (2000), *Економика на аграрот*, Скопје: Универзитет "Св. Кирил и Методиј", Економски Факултет.
20. EPI Centar International (2009), "Agribusiness Sector Assessment Review", <http://macedonia.usaid.gov/Documents/Agribusiness%20Sector%20Assessment%20Review%20Report%20July%202009.pdf>.
21. Ericson, Tina and Pelling, Erik and Surry, Yves (2009). *Support to agriculture in FYR Macedonia: an exploratory assessment (1999-2004)*, Institutionen för ekonomi, Sveriges lantbruksuniversitet, Uppsala.
22. Erjavec, Emil и Dimitrievski, Dragi (2006), 'Заедничка земјоделска политика на ЕЗ', Ekonomska Fakulteta: Univerza v Ljubljani, презентирano во Охридскиот семинар, одржан на 14-19 септември 2006.
23. EUR-Lex (2010), '2010 General budget', http://eur-lex.europa.eu/budget/data/D2010_VOL4/EN/nmc-titleN123A5/index.html,Tabela 05 - Agriculture and Rural Development, посетена во април 2013.
24. European Bank for Reconstruction and Development – EBRD (2002), *Transition Report 2002: Agriculture and rural transiti*n, London: EBRD.
25. European Commission (2011), The former Yugoslav Republic of Macedonia- Agriculture and Enlargement, European Commission, Brussels, http://ec.europa.eu/agriculture/enlargement/countries/fyrom/profile_en.pdf.

26. European Commission (2012), The common agricultural policy (CAP) and agriculture in Europe, прирачник за рурален и аграрен развој, се наоѓа на интернет страна, http://ec.europa.eu/agriculture/faq/index_en.htm#2.
27. Evans, Alex (2008), “Rising Food Prices: Drivers and Implications for Development”, New York University: Center on International Cooperation.
28. Европска Банка за Обнова и Развој (2010), *Стратегија за Република Македонија 2010-2013*, Скопје: ЕБОР.
29. Gliessman, Stephen R. dhe Martha Rosemeyer (2010), *The conversion to sustainable agriculture: principles, processes, and practices*, Santa Cruz: CRC Press.
30. Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (2002), ‘Agro tourism and agriculture diversity’ Working paper, Berlin: GTZ.
31. Guardian (2012), “UN Global Food Crisis Warning”, Guardian, London, 14.10.2012, <http://www.guardian.co.uk/global-development/2012/oct/14/un-global-food-crisis-warning>.
32. Ѓорѓевски, Ѓорѓи, Данилоска, Наташа (2008), *Вовед во економика на земјоделството*, Скопје: Универзитет “Св. Кирил и Методиј”, Економски Факултет.
33. Harada, Youtaka (2012), Can the Japanese Farming Survive Liberalization?, <http://www.tokyofoundation.org/en/articles/2011/farming-survive-liberalization>, посетена во април 2013.
34. Hess J.M, Cateora P.R. (1996), *International Marketing*, Illinois: Irwin Homewood.
35. International Monetary Fund – IMF (2011), *World Economic and Financial Surveys*, World Economic Outlook Database, Washington D.C: IMF.
36. Институт за човекови права „Лудвиг Болцман“ (2011), ‘Студија за сиромаштијата и социјалната исклученост во Република Македонија: Локални социјални проблеми и потреби, Институт за човекови права „Лудвиг Болцман“ – БИМ-ФВ, Скопје.
37. Jakov Marusic, Sinisa (2013), Macedonia's Output Drops for Entire Year, BIRN, Скопје, се најде во : <http://www.balkaninsight.com/en/article/macedonian-industrial-output-drops-for-entire-year>.
38. Jakupi, Ali. (2008), *Marketingundërkombëtar*, Prishtinë: Universiteti AAB. (Јакупи, Али, 2008, Меѓународен маркетинг, Универзитет Приштина).

39. Jerzy, Wilkin (2007), *Agriculture in new member states: expectations and lessons learned*, Warsaw: Warsaw University.
40. Julie V. Stanton (2000), "The Role of Agribusiness in Development: Replacing the Diminished Role of the Government in Raising Rural Incomes", *Journal of Agribusiness*, Vol. 18, no. 2, pp. 173-187.
41. Kapital (2012), Агробизнисот има голем потенцијал за развој во Македонија, Интервју Емилија Спировска Член на Управниот одбор на ПроКредит Банка,
http://www.kapital.mk/mk/magazin/89328/agrobiznisot_ima_golem_potencijal_za_razvoj_vo_makedonija.aspx.
42. Karavdic, Munib and Gary Gregory (2005), "Integrating e-commerce into existing export marketing theories: A contingency model", *Journal of Marketing Theory*, Vol. 5, No. 1, pp. 75-104, f. 77-78.
43. Kërçini, Donika dhe Luga, Eda (2009), *Bazat e biznesit*, Tiranë: Malluka; (Керчини Доника, Луга, Еда, Основи на бизнисот, Тирана).
44. Johnston, A. E. (1986). "Soil organic-matter, effects on soils and crops", *Soil Use Management* , Vol. 2, No. 3, pp. 97–105.
45. Lederberg J, Tatum (1946). "Gene recombination in E. coli", *Nature* 158 (4016): 558.
46. Legrain, Philippe (2002), *Open World: The Truth about Globalization*, London: Abacus.
47. List, Friedrich (1841), *The National System of Political Economy*, translated by Sampson S. Lloyd M.P., 1885 edition, Fourth Book, "The Politics", Chapter 33.
48. Македонска академија на науките и уметностите (2001), *Стратегија за развој на земјоделството во Република Македонија до 2005 година*, Скопје: Македонска академија на науките и уметностите.
49. Maynard, John Keynes (1936[1956]), *Opshta teorija zaposlenosti, kamate i novca*, Beograd: Kultura, превод на Ратољуб Родик.
50. Matoshi, Ruzhdi (2010), *Modelet e privatizimit të pronës shoqërore në bujqësi, me theks të vecantë në rajonin e Pollogut*, (Матоши Ружди, 2010, магистерски труд под наслов "Моделот на приватизација на општествениот капитал во земјоделството со посебен акцент на регионот Полог", Универзитет во Приштина, Економски Факултет.
51. Министерство за земјоделство шумарство и водостопанство (2007), ИПАРД програма 2007 – 2013, Европски можности за Македонско земјоделство- инструмент за претпристапна помош на европска унија за

рурален развој за 2007-2013, Скопје: Министерство за земјоделство шумарство и водостопанство.

52. Министерство за економија (2012), ‘Национална стратегија за развој на туризмот 2009 – 2013’, Министерство за економија, на РМ, Скопје.
53. Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство - МЗШВ (2003), Годишен земјоделски извештај, МЗШВ на РМ, Скопје.
54. МЗШВ (2007), ‘Националната стратегија за земјоделство и рурален развој за периодот 2007-2013, МЗШВ на РМ, Скопје.
55. МЗШВ (2010), Годишен извештај за рурален и земјоделски развој, МЗШВ на РМ, Скопје.
56. МЗШВ (2012а), “Национална Програма за Развој на Земјоделството и Рурален Развој за периодот од 2013-2017 година”, Скопје: Влада на Република Македонија.
57. МЗШВ(2012b), ‘Годишен извештај за земјоделство и рурален развој 2011’, МЗШВ на Република Македонија, Скопје.
58. Министерство за труд и социјална политика (2013), ‘Национална Стратегија за намалување на сиромаштијата и социјалната исклученост во Република Македонија (Ревидирана 2010-2020)’, Министерство за труд и социјална политика, Скопје.
59. Mulaj, Isa (2007), “Redefining Property Rights with Specific Reference to Social Ownership in Successor States of Former Yugoslavia: Did it Matter for Economic Efficiency”, *CEU Political Sciences Journal*, Vol.2, No. 3, pp. 225-254.
60. Мурарцалиев, Александар (1994), *Аграрна политика на македонија*, Скопје: Универзитет “Св. Кирил и Методиј”, Економски Факултет.
61. Мурарцалиев, Александар (2001), *Нов период кон предметној економика на аграрот*, Скопје: Универзитет “Св. Кирил и Методиј”, Економски Факултет.
62. Musabelliu, Bahri M. (2009), *Основи на Агробизнис*, Тирана.
63. Nag, Rajiv, Hambrick C., Donald and Chen, Ming-Jer (2007), “What is Strategic Management, Really?: Inductive Derivation of a Consensus Definition of the Field”, *Strategic Management Journal*, Vol. 28, pp. 935-955.
64. Norton, Tomas and Brijesh, Tiwari (2012), “Food quality and safety assurance by hazard analysis and critical control point”, in Jasim, Ahmed and Rahman, Mohammad Shafiur, 1st ed., *Handbook of food process design*, Vol. I, pp. 1406-

1435.

65. Plepys, A. (2002), "Implications of Globalization and New Product Policies for the Suppliers from Developing Countries", *Journal of Electronics and the Environment*: f. 202-208.
66. Rappuoli, Rino and Dormitzer, Philip R. (2012), "Influenza: Options to Improve Pandemic Preparation", *Science*, Vol. 336 no. 6088 pp. 1531-1533.
67. Reshidi, Nail (1997), *Kërkimet e tregut*, Riinvest, Prishtinë (Решиди Наил, 1997, Истражување на пазарот).
68. Rexha, Nexhmi dhe Reshidi, Nail (1998), *Bazat e marketingut*, Prishtinë: Riinvest & Rexha Marketing Science Services; (Реџа Н. Решиди Наил, Основи на маркетингот).
69. Ricardo, David (1818 [1951]), *On the Principles of Political Economy and Taxation*, Cambridge: Cambridge University Press.
70. Roy Hoerner (2011), Enterohemorrhagic Escherichia Coli (EHEC) outbreak in Germany, June 09, 2011, Société Générale de Surveillance (Hamburg).
71. Smith, Adam (1776 [2007]), *An inquiry into the nature and the cause of the wealth of nations*, London: Adam Smith Institutue.
72. Sperber, William H. and Stier, Richard F. (2010), "Happy 50th Birthday to HACCP: Retrospective and Perspective", *Food Safety Magazine*, f. 44-66.
73. State Statistical Office of the Republic of Macedonia (2012), *Macedonia in figures 2012*, Skopje: State Statistical Office of the Republic of Macedonia.
74. Stiglitz, Joseph E. (2002), *Globalization and Discontents*, London: Penguin Books.
75. Sternberg, R. J., & Dobson, D. M. (1987), "Resolving interpersonal conflicts: An analysis of stylistic Consistency", *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 794-812.
76. Stolze, M., Piore, A., Häring, A.M. and Dabbert, S. (2000) Environmental impacts of organic farming in Europe. Organic Farming in Europe: *Economics and Policy Vol. 6*. Universität Hohenheim, Stuttgart-Hohenheim.
77. Шуклев, Бобек (2001), *Менаџмент на мал бизнис*, Скопје: Универзитет "Св. Кирил и Методиј", Економски Факултет.
78. УСАИД (2010), 'Извештај за истражување на регулативата и праксата во сезонските вработувања во агробизнисот во Република Македонија, УСАИД, Skopje, <http://www.cerm.com.mk/e-news/agro/m.pdf>.

79. UNCTAD (2012), 'Investment Policy Review Republic of Macedonia', UNCTAD, Geneva.
80. United States Department of Agriculture (2009), "Coffee: World Markets and Trade", Washington D.C: Foreign Agricultural Service.
81. Uvalic, Milica (1992), "The privatization process in Yugoslavia", in J. Poschl, R. Sohns and A. Stadler (eds), *Privatization in Eastern Europe*, Vienna: Friedrich Ebert Stiftung & K. Renner Institute, Vienna, pp. 184-193.
82. Узунов, Никола, Георгиев, Ангел, и Недановски, Пеце (2003), *Применетна економија*, Скопје: Универзитет "Св. Кирил и Методиј", Економски Факултет.
83. Закон за земјоделство и рурален развој Сл. Весник на Р. Македонија бр.134 од 06.11.2007 година.
84. Закон за основање на агенција за финациска поддршка во земјоделството и рурален развој Сл. Весник бр.72/07.
85. World Bank (2006), Macedonia agriculture and EU Accession, Report No. AAA11-MK, November 2006, the World Bank.
86. World Bank and IFC (2010), "Country Partnership Strategy for Former Yugoslav Republic of Macedonia for the Period FY11-FY14", South Eastern Europe Unit, Washington D.C.: IFC.
87. World Bank (2012), 'Business Environment Snapshot for Macedonia, FYR', Eastern Europe & Central Asia,
<http://rru.worldbank.org/besnapshots/BecpProfilePDF.aspx?economy=MacedoniFYR>.
88. World Bank (2013), *Doing Business 2013: smarter regulations for small and medium-sized enterprises*, Washington D.C.: World Bank.
89. World Health Organization Manuali (2004), "FAO/WHO guidance to governments on the application of HACCP in small and/or less-developed food businesses", Food and nutrition paper no. 48, Roma: срт, f.4-8.
90. World Health Organization (2010), WHO guidelines for pharmacological management of pandemic (H1N1) 2009 influenza and other influenza viruses, Part I, Geneva.

Службени весници:

1. „Сл. весник на РМ“, бр. 19/1996.
2. „Сл. весник на РМ“ бр. 7 од 11. 6. 2007, Указ за прогласување на Законот за изменување и дополнување на Законот за основање на Агенција за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој.
3. „Сл. весник на РМ“, бр. 22 од 12. 2. 2008, Програма за финансиска поддршка на рурален развој за 2008 година.
4. „Сл. весник на РМ“ , бр .3 од 9.1. 2009 , Програма за финансиска поддршка на рурален развој за 2009 година.
5. „Сл. весник на РМ“,бр. 54 од 4. 4. 2008, Уредба за спроведување на политика за рурален развој.
6. Закон за основање Агенција за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој.
7. „Сл. весник на РМ“ , бр.5 од 13. 1. 2009, Указ за прогласување на Законот за изменување и дополнување на Законот за основање на Агенција за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој.
8. „Сл. весник на РМ“, бр. 83 од 3. 7. 2009 Програма за користење на средствата од претпристапна помош за рурален развој на Европска комисија ИПАРД за период 2007-2013 година.
9. „Сл. весник на РМ“, бр. 49 од 12. 4. 2010 Указ за прогласување на Законот за земјоделство и рурален развој.
10. „Сл. весник на РМ“, бр. 83 од 3. 7. 2009. Скопје.

11. „Сл. весник на РМ“ (2010), Закон за земјоделство и рурален развој, стр. 2, бр. 49, 12 април 2010, Скопје.

Интернет страници:

www.mzsv.gov.mk

www.economy.gov.mk

www.ffrm.org.mk

www.stat.gov.mk

www.kapital.com.mk

www.ipard.gov.mk