

# Соработуваат ли домашните и странските компани во земјава?

## Бриф за политиките бр. 29

Целта на овој бриф за политиките е да даде препораки до креаторите на политики да спроведат соодветни мерки и стратегии за поттикнување на домашните мали и средни претпријатија.

да ја зголемат нивната конкурентност и да влезат во синџирот на снабдување на мултинационалните компании (МНК) земјата. Креаторите на политики мора да ја подобрат целокупната економска средина и да обезбедат здрава деловна клима за претпријатијата во земјата. Овој краток извештај дополнително дава препораки на домашните мали и средни претпријатија да инвестираат во стандардизација и технологија, како и во зголемување на ефикасноста и во квалитетот на производството.

Дополнително, МНК треба да ги редефинираат своите политики за јавни набавки и да се вклучат во менторски програми со домашните МСП како и да ги поддржат да инвестираат во иновативно производство.

Неодамнешната анализа покажа дека постои воспоставена соработка помеѓу домашните мали и средни претпријатија (МСП) и мултинационалните компании (МНК) во земјата, која што во голема мера е зависна од (i) веројатноста на МНК да најдат добавувачи и потребни производи локално и (ii) политиката за набавки на МНК. Дополнително, идентификувано е дека технолошката развиеност, стандардизацијата и сертификацијата, јазовите во цената и производството, меките вештини и човечкиот капитал, се главните јазови помеѓу МСП и МНК во земјава. Анализата дава препораки за надминување на овие јазови, конкретно насочени кон креаторите на политиките, домашните компании и мултинационалните компании во земјата.

### Вовед

Странските директни инвестиции (СДИ) се сметаат за движечка сила на транзициските економии: многу земји – од Вишеградската и Балтичката група, како и Ирска – го следеа „патот до развој преку СДИ“ и постигнаа значајни резултати. Исто така, СДИ се сметаат дека имаат позитивен ефект врз растот и диверзификацијата на извозот, ја зајакнуваат индустриската база и економскиот раст и поттикнуваат вработувања. Македонските влади вложуваат напори да привлечат странски директни инвестиции од мултинационални компании (МНК) уште од 2000 година, иако тоа значително се интензивираше во 2007 година, главно поради брзите регулаторни реформи и новата даночна политика со намалени и израмнети даночни стапки, воведени од тогашната нова десничарска влада. Како резултат на овие реформи, помеѓу 2007 и 2017 година, просечниот прилив на СДИ во ПЈР

Македонија изнесува околу 3,4% од БДП. Сепак, ПЈР Македонија го забележува најнискиот прилив на СДИ (260 милиони евра) во споредба со другите земји од Западен Балкан. Преработувачкиот сектор се чини дека е најатрактивен сектор за странските инвеститори во последните 8 години (42,3% од вкупните приливи на СДИ во просек). Главниот двигател на овие инвестиции е автомобилската индустрија и друга транспортна опрема, со просечно учество до 74,5% во вкупните странски инвестиции во преработувачкиот сектор. Други значајни двигатели на СДИ се услужниот сектор (41,5%) и градежниот сектор (12,7%). Покрај директното влијание, како што се зголемување на конкурентноста на пазарот, зголемување на реален БДП по глава на жител и создавање директни работни места, СДИ дополнително обезбедуваат **индиректни придобивки** преку создавање врски меѓу мултинационалните

компани (МНК) и домашните мали и средни претпријатија (дМСП); технологија и трансфер на вештини; и подобрувања во продуктивноста и конкурентноста во целокупната економија. Во ПЈР Македонија, овие врски се доста ограничени. Покрај тоа, нема напредок во “СДИ и трансферот на технологија” помеѓу 2011 и 2017 година. МНК во ПЈР Македонија се **слабо снабдувани од домашната економија**. Помалку од 10% од вкупните обврски се генерирани кон домашните компании (FISCAST, 2016), што во 2015 година изнесува незначителни 46 милиони евра, што во споредба со вкупниот извоз на МНК (околу 2 милијарди евра во 2015 година) е значително занемарлив. Синџирот на набавка на домашните МСП е дури и во полоша состојба. Генерално, малите и средни претпријатија учествуваат со само 36% во националниот извоз, наспроти придонесот во БДП со над 90%; тие најмногу извезуваат во соседните земји, што укажува на тоа дека нивните извозни капацитети за земјите што бараат повисоки стандарди се ограничени. Домашните МСП, исто така, се соочуваат со мали инвестиции во иновации и во истражување и развој (R&D), а инвестициите во нови технологии и капитал на знаење

се минимални. Освен јазовите во синџирот на набавка, слабата инфраструктура и развојот на вештините, недостасува и механизам за трансфер на знаење од МНК кон домашните МСП, како и асиметрија во информациите, а приликите за премостување на дефицитот на информации и создавање на вмрежен капитал помеѓу домашните МСП и МНК се ретки.

### Методологија

Оваа студија се заснова на комбиниран методолошки пристап и вклучува: (1) полу-структурирани интервјуа - првиот круг се спроведе со засегнати страни (стопански комори, меѓународни организации, бизнис конфедерации, ДТИРЗ, релевантни креатори на политики), проследено со интервјуа со претставници на МНК кои работат во земјата; (2) фокус група со домашни мали и средни претпријатија и (3) онлајн прашалници - се спроведоа два прашалника, еден за МНК во земјата и друг за домашните МСП, вклучувајќи општ дел со основни прашања за компанијата (локација, сектор, број на вработени, тип на инвестиции, итн.) и дел со конкретни прашања за јазовите и потенцијалите за соработка.

### Резултати

Помеѓу домашните МСП и мултинационалните компании во земјата, постои очигледна воспоставена соработка. **81,5% од МНК во земјата одговорија дека соработуваат или имаат соработувано со домашни МСП**, во споредба со **18,5% кои не воспоставиле никаква соработка**. Како **придобивки од соработката со домашни добавувачи**, МНК ги идентификуваа: брзата испорака поради близина со добавувачите, помалите трошоци за транспорт и логистика, подобрата комуникација поради директен контакт со добавувачите, лесни и брзи процедури итн.

Од друга страна, домашните МСП имаат корист од соработката со МНК преку проширување на нивното производство и деловно работење, како и од тоа што ќе станат технолошки напредни и сертифицирани производители. Анализата идентификуваше неколку фактори за успешна соработка, како што се: **добар квалитет на производот, конкурентна цена и навремена испорака**. Дополнително, деловната доверба и добрата комуникација меѓу двете страни е од суштинско значење. Од друга страна, **домашните МСП бараат поголема отвореност на МНК, помалку строги барања и навремена исплата со пократок период на плаќање**.

Можноста за соработка и задоволување на потребата за набавки кај одредени сектори е во голема мера определена од **веројатноста странските компании да ги најдат потребните производи и добавувачи локално**. Во исто време, **пристапот до информации за домашни добавувачи е многу тежок**. Недостасува единствена база на податоци за потенцијалните домашни снабдувачи, но недостасува и единствена база на податоци за сите странски инвеститори во земјата. **Политиката за набавки на МНК во земјата важи за главна детерминанта за воспоставената соработката со домашните МСП**. Постојат разлики во политиката за донесување одлуки за набавки на локално и мешовито ниво, во зависност од видот на набавките (суровини или услуги). Генерално, одлуките за набавки на услуги се носат главно на локално ниво, во споредба со одлуките за набавка на суровини кои главно се на централизирано ниво или комбинирано (централизирано и локално ниво). Земјќи го во предвид типот и локацијата на странските инвестиции, поголем потенцијал за соработка постои помеѓу домашните МСП и МНК кои работат надвор од технолошките индустриски зони, отколку потенцијал за соработка со МНК во



зоните. Анализата идентификуваше одредени јазови во соработката помеѓу МНК и домашните МСП во земјата. **Недоволниот технолошки развој и подготвеност на домашните МСП, имплементацијата на стандарди и сертификати и производствениот капацитет,** се сметаат за три (од единаесет) главни слабости, идентификувани од страна на МНК и се од најголема важност за соработка. **Недоволниот технолошки развој и подготвеност на домашните МСП** се наведени како главна слабост од страна на МНК, со најголема важност за соработката. Според домашните компании, тие не се подготвени да инвестираат во нови технологии, затоа што се соочуваат со високи финансиски ризици во однос на ликвидноста и не можат да постигнат одржливост во продажбата. **Недостатоците во спроведувањето на стандардизација и сертификати** се должат на неспроведени или нецелосно спроведени стандарди за квалитет и безбедност и меѓународно признаени сертификати, особено во автомобилската индустрија. Кај МНК и дМСП постои погрешна перцепција во однос на нивото и соодветноста на стандардизацијата, погодни за соработка. Иако МНК тврдат дека домашните производители немаат технолошки стандарди, 75% од домашните компании одговорија дека ги имаат воведено технолошките стандарди во нивното работење. Меѓутоа, најголем дел од домашните МСП поседуваат некои од ISO стандардите, стандарди за здравје безбедност при работа, но само ограничен број на домашни МСП ги имаат воведено специфичните стандарди кои ги бараат МНК. Освен тоа, дМСП сметаат дека процесите на стандардизација и сертификација се скапи, па затоа многу од нив не можат да си дозволат да воведат повеќе од еден стандард или сертификат. Според МНК, **ограничениот капацитет за производство на домашните МСП** е еден од

главните проблеми кога треба да се воспостави соработка. Погледот на засегнатите страни за постоење на јазот во производствениот капацитет е поради недостиг на заинтересираност на домашните компании да инвестираат во раст и развој на нивните производни погони. Според дМСП, неодржливите и економски достапните извори на финансирање се сметаат за главна причина за слабите инвестиции во производствените капацитети. **Неконкурентните цени на производите на дМСП, организацискиот јаз и јазот во однос на човечкиот капитал, како и меките вештини се дополнителни недостатоци** идентификувани во соработката. Во склоп на организацискиот јаз, како проблеми се идентификувани ниското ниво на одговорност што дМСП го имаат кон исполнување на условите од нивните договори и обезбедување на навремена испорака. Додека пак, недостигот на меки вештини главно се одразува при остварувањето контакти и начинот на кој домашните МСП им пристапуваат на МНК.

### Препораки

#### Мерки за подобрување на процесот на стандардизација:

(1) Владата да обезбеди субвенции за подобрување на стандардизацијата и сертификацијата на домашните даватели на услуги (целосно исплатена по спроведување), за најспецифичните стандарди што ги бараат МНК, како што се: ISO: 50001, IATF 19696, TS16949, итн; (2) Владата да обезбеди субвенции за домашните бизниси преку покривање на 50% од трошокот за воведување стандарди и сертификати и преку покривање на 100% од трошоците за обуки на персоналот кој ќе ги спроведува стандардите и сертификатите во рамки на компаниите; (3) Грантови за сите воведени стандарди што ќе ја зголемат соработката со МНК. Отплата врз основа на успешноста во стекнување нови



клиенти во период од три години по сертификацијата, т.е., со 5 нови меѓународни клиенти, без отплата на средствата; со 3 клиенти - 50% отплата; 1 клиент - 75% отплата; 0 клиенти - целосна отплата.

**Мерки за стимулирање на производството на суровини и инпути.** Пакет мерки за домашните компании, кои вклучуваат: даночни олеснувања, државно земјиште и грантови со отплата без каматна стапка за нови инвестиции и зголемено производство на суровини и инпути.

**Стимулирање на нови СДИ со повисока додадена вредност** и промовирање подобрувања кај инвеститорите кои веќе се присутни (дополнување на Мерката 9 во ЕРП). Овој метод може да ја подобри ефикасноста и ефективноста на активноста во рамки на мерката за поддршка на главните влијателни економски проекти во земјата преку поддршка на вклучување на домашните компании во меѓународните синџири на вредности.

Стратегијата за привлекување на странски инвестиции **треба да избегне таргетирање на големи компании**, кои имаат потреба од голем број вработени и ниско платени работни места поради недостаток на соодветна работна сила. Наместо тоа, стратегијата треба да таргетира: (1) компании со производи и услуги со поголема додадена вредност, за кои пак е потребна квалификувана работна сила, а со тоа и подобро платени работни места (2) Браунфилд инвестиции; (3) Средни компании со до 150 вработени;

Стратегија за поттикнување на спојувања и превземања

**(Mergers and Acquisitions) меѓу домашните компании**, со цел да се зајакнат домашните претпријатија. Таквата стратегија ќе придонесе за создавање компании со поголем капацитет и експертиза кои можат да ја задоволат побарувачката на МНК. M&A активностите дополнително ќе доведат до намалување на бројот на малите претпријатија и зголемување на бројот на средни претпријатија кои ќе бидат подобро позиционирани и поконкурентни на пазарот. Оваа стратегија може да ги надополни активностите наведени во Мерка 9 од ЕРП.

**Лесен, брз и квалитетен пристап до информации за странски инвеститори и потенцијални домашни добавувачи во земјата**, со цел олеснување на процесот на воспоставување соработка. Владата да креира единствена база на податоци за потенцијални домашни добавувачи класифицирани според сектор, тип на производи, производствен потенцијал, итн. и за странски инвеститори, класифицирани според тип на инвестиции, сектор, производи и локација. Владата и државната Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот да воспостават систем за поддршка на МСП и да промовираат домашни добавувачи преку организирање денови на добавувачите и изложувања. **Понатамошно намалување на царинските давачки и поедноставување на царинските процедури за увоз на сировини и инпути.**

### Препораки за домашните компании

Следниве предложени мерки може да ги поттикнат домашните компании да се фокусираат на истражување, пристап до финансии и подобрување на вештините преку кои ќе се зголеми растот и ќе се изградат капацитетите на домашните компании. Давателите на услуги **да инвестираат во процес на стандардизација** со фокус на стандардите и сертификатите

барани од странските инвеститори во земјата. Производителите на сировини и инпути **да инвестираат во квантитет на производство, конкурентност на цените, квалитет и ефикасност во производството.**

**Да се подобрат корпоративната култура, начинот на размислување и менталитетот при соработката со странските инвеститори** од аспект на:

(1) давање прецизни рокови на испорака и обезбедување навремената испорака; (2) подобрување на одговорноста кон исполнување на условите од нивните договори; (3) подигнување на свеста и информирањето за глобалниот пазар и корпоративната култура на странските компании во земјата. **Да се подобрат меките вештини** од аспект на: (1) претставување на компаниите на повисоко професионално ниво на глобални и меѓународни саеми; (2) зголемување на вмрежувањето (остварувањето контакти) со МНК; (3) подобрување на стратегијата за пристапување преку изработка на соодветна презентација за компанијата и производителите/услугите и репрезентативни материјали (брошури, визит-карти, каталози на производи, итн.).

### Препораки за мултинационалните компании во земјата

**Да ги рedefинираат политиките за набавки**, особено оние компании кои работат во технолошко-индустриските зони. Донесувањето одлуки за набавки да се префрли од централно на локално ниво во онаа мера во којашто тоа е возможно. **МНК да инвестираат во програми за менторство**, како градење капацитети на домашните добавувачи. Инвестициите може да бидат во заеднички активности за лесна транзиција и адаптација на домашните добавувачи на стандардите што ги бараат МНК, а кои се водечки во процесот на стандардизација и имплементација.

Да се мотивираат домашните **производители да инвестираат во ново производство** со гарантирано понатамошно снабдување на странските компании или долгорочни договори.



Finance Think е независен и непрофитен институт за економски истражувања и политики, основан во 2012 година.

### Нашата Визија

Да поттикнеме економско размислување за подобра благосостојба утре.

### Нашата Мисија

Да го подобриме влијанието на економските и социјалните трендови и политики врз граѓаните во Македонија и регионот на Западниот Балкан, преку економски истражувања, застапување базирано на докази и водено од податоци, и поттикнување критичка дебата за економските процеси. Истражувањето на Finance Think им помага на носителите на политиките, застапниците на политиките, креаторите на мислење, економските новинари и јавноста да ги разберат прашањата кои влијаат врз обичните граѓани.

Ул. Фредерик Шопен 1/2  
1000 Скопје,  
Македонија  
[www.financethink.mk](http://www.financethink.mk)  
+389 2 6156 168  
[info@financethink.mk](mailto:info@financethink.mk)



Проектот е финансиран од  
Европска Унија

Овој бриф за политиките е продуциран со помош на Европската Унија. Содржината на овој бриф е одговорност на "Finance Think" и не може да се смета дека ја одразува позицијата на Европската унија.