



# Да ја поддржиме домашната додадена вредност или да се молиме за странски директни инвестиции?



Ако моделот на раст пред кризата – кој главно се потпираше на интензивирање на приливот на странски капитал и беше влечен од страна на надворешната побарувачка – не може да биде одржлив во посткризниот период во пазарите во развој, вклучувајќи ја и Македонија, прашањето што треба да се одговори е дали е потребен сосема нов модел на раст или потребни се само ревизии во рамките на постојниот модел, со цел Македонија да оствари високи и долготрајни стапки на раст што ќе го подобрат животниот стандард на граѓаните.

## БРИФ ЗА ПОЛИТИКИТЕ бр. 1

Овој документ на политики предлага дефинирање мерка на т.н. домашно додадена вредност во индустријата, како однос од вредноста на инпутите купени на домашниот пазар и вкупните приходи на фирмата. Во парадигмата на новиот раст, целта на владата ќе биде стимулирање фирми кои имаат повисока домашна додадена вредност согласно овој индикатор.

### Нов концепт на раст

Овој документ на политики предлага дефинирање мерка на т.н. домашно додадена вредност во индустријата, на следниот начин:

$$\text{Домашна додадена вредност} = \frac{\text{Вредност на инпутите купени на домашниот пазар}}{\text{Вкупни приходи на фирмата}} \times 100$$

Зошто таков показател? Броителот од индикаторот ја зема вредноста на инпутите кои фирмата ги користи, а се купени на домашниот пазар, односно произведени од страна на други домашни фирми. Значи, колку е повисока вредноста на броителот, односно колку повеќе фирмата користи домашни ресурси, толку е поголема домашно додадената вредност. Именителот од индикаторот се вкупните приходи на фирмата. Тие се одраз на два процеси во секоја фирма: на направените трошоци за производство на добра и политиката на цени на фирмата. Политиката на цените, пак, е резултат на две цели: профитот што фирмата сака да го оствари и

сегашната структура на пазарот кој и овозможува на фирмата да ги продаде производите по одредена цена. Значи, индикаторот речиси никогаш нема да достигне 100%, со оглед дека профитна маргина секогаш постои, но може да достигне вредност сосем блиску до 100% ако фирмата работи на високо конкурентен пазар при што профитните маржи се одраз на интензивна конкуренција. Сепак, ова може да биде далеку од реалноста во многу случаи, особено кога новиот производ што ќе се воведува има делумно монополска позиција на пазарот.

Во парадигмата на новиот раст, целта на владата ќе биде стимулирање фирми кои имаат повисока домашна додадена вредност согласно овој индикатор. Затоа, предлагаме дефинирање три групи фирми:

- Фирми кои имаат домашна додадена вредност помеѓу 55 и 65%;

- Фирми кои имаат домашна додадена вредност помеѓу 65 и 75%;
- Фирми кои имаат домашна додадена вредност над 75%.

Потоа, за секоја група ќе биде дефиниран сеопфатен стимулативен пакет, составен од фискални, финансиски, мерки на пазарот на труд, мерки за врежување и маркетинг, мерки на локалната самоуправа и сл. Разликите во бенефициите помеѓу две последователни групи треба да бидат значајни во финансиска смисла, за да создадат поттик за една фирма да се стреми кон повисоката група.

### Користи

Како оваа рамка ќе и помогне на економијата да заздраве? Придобивките од овој модел се повеќекратни и меѓусебно поврзани:

1. **Придобивки за земјоделството.** За да може една фирма да се вброи во една од овие групи или да се искачи во повисока група, мора најголем дел од суровините да ги купува на домашниот пазар. Се очекува, најголем потенцијал од ова да биде реализиран во преработувачката индустрија, бидејќи Македонија главно произведува примарни добра произведени со ниска технологија. Кога фирмите бараат нови инпути на домашниот пазар, фармерите ќе одговорат, за најмалку една година, со зголемување и/или пренасочување на нивното производство.
2. **Придобивки за работната сила.** Концептот ја вклучува преработувачката индустрија која троши значаен континент на работна сила. Уште позначајно, голем дел од македонската работна сила е квалификувана во согласност со потребите на оваа индустрија.
3. **Придобивки за надворешната ранливост.** Според погоре изнесеното, побарувачката за увоз на одредени производи ќе се намали, што ќе овозможи намалување на трговскиот дефицит кој е еден од најважните слабости на една економија. Концептот ќе овозможи реструктурирање на увозот или т.н. развојна компонента на увозот –

машинеријата и опремата – да стане позастапена.

4. **Придобивки за иновации и конкурентност.** Фирмата ќе се класифицира во една од овие групи или ќе се помести во повисока, дури и во ситуации кога не може (лесно) да ги замени увезените суровини со домашно произведени. Тоа ќе се случи ако таа воведо нови производи кои се базираат на домашни инпути. Со стимулирање на развојот на нови производи, овој концепт стимулира иновации.
5. **Придобивки за продуктивноста и технологијата.** Во насока да го намалат учеството на увезените инпути во производствениот процес, фирмите ќе сакаат да ја подобрат ефикасноста на производствениот процес со воведување нови и поефикасни технологии, кои за возврат ќе ја поддржат продуктивноста на работниците и ќе ја подобрат целокупната факторска продуктивност на фирмата.
6. **Придобивки за странските инвеститори.** Иако овој концепт главно е насочен кон постоечките домашни фирми, тој нема за цел да ги обесхрабри странските инвеститори.

### Препораки

Овој документ за политиките има за цел да и препорача на владата да го спроведе овој концепт на стимулирање на домашната додадена вредност. Секако, оваа рамка на мерки треба да биде јадрото на парадигмата на новиот раст во Македонија. Но, нејзината примена може да не ги даде очекуваните резултати ако не е дополнета со други реформи, вклучувајќи, но не ограничувајќи се на: i) институционални реформи (зголемување на ефикасноста на јавната администрација, борба со корупцијата и организираниот криминал, гарантирање на независноста на виталните агенции и институции); ii) подобрување на бизнис климата; iii) стимулирање конкурентни пазари; iv) поддршка на човечкиот капитал преку инвестирање во квалитетни наставни програми како и инвестиции во опрема за здравствениот систем, v) инвестиции во инфраструктура – патишта, железница, авио-сообраќај, информатика и енергија.

Finance Think е непрофитна асоцијација за економско истражување, застапување и донесување економски политики.

### Нашата Визија

Да поттикнеме економско размислување за подобра благосостојба утре.

### Нашата Мисија

Да ја намалиме сиромаштијата, да ги зајакнеме макро-финансиските политики и да ја унапредиме финансиската стабилност преку економски истражувања, советување и препораки за економските политики и поттикнување критичка дебата за економските процеси.

Ул. Железничка 50/3,  
1000 Скопје

+389 2 6147 630,  
www.financethink.mk,  
info@financethink.mk