



АНАЛИЗА

ОД НАОДИТЕ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО ЗА ДЕЛОВНОТО
ОПКРУЖУВАЊЕ И КОНКУРЕНТНАТА БИЗНИС КЛИМА

Источен, Вардарски и Југоисточен регион

2024 –



**OPEN SOCIETY
FOUNDATIONS**
WESTERN BALKANS

 FOUNDATION ФОНДАЦИЈА
OPEN ОТВОРЕНО
SOCIETY ОПШТЕСТВО
MACEDONIA МАКЕДОНИЈА


ЦЕНТАР ЗА ИСТРАЖУВАЊА И АНАЛИЗИ
НОВУС



Електронско издание:

Анализа од наодите од истражување на деловното опкружување и конкурентната бизнис клима во рамки на проектот “EU connect – Зајакнување на бизнисите за европски успех”

Издавач:

Центар за истражување и анализи НОВУС – Струмица

Дата на издавање:

20.05.2024

Содржината е единствена одговорност на авторите и на грантистот и на ниту еден начин не може да се смета дека ги одразува гледиштата и ставовите на Фондацијата Отворено општество- Македонија и на Фондациите Отворено општество- Западен Балкан.



EU CONNECT
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

Содржина:

I. ВОВЕД.....	4
II. МЕТОДОЛОГИЈА за спроведување на истражување во рамки на проектот EUConnect: Зајакнување на бизнисите за европски успех.....	5
III. ДЕЛОВНА КЛИМА во таргетираните региони.....	8
IV. АНАЛИЗА НА РЕЗУЛТАТИ од истражувањето.....	12
V. Заклучоци и препораки.....	27

I. ВОВЕД

Центар за истражување и анализи НОВУС Струмица, во рамки на проектот „EUConnect: Зајакнување на бизнисите за европски успех“, со финансиска поддршка од страна на Фондацијата Отворено Општество-Македонија во рамки на годишната програма за работа на Фондациите Отворено општество- Западен Балкан, спроведе истражување кое има за цел да му помогне помогне на бизнис секторот да го согледа и разбере деловното опкружување и конкурентната бизнис клима во Источниот, Вардарскиот и Југоисточниот плански регион на Р. С. Македонија, како и да се идентификуваат нови можности за економска соработка со субјекти во ЕУ. „EUConnect: Зајакнување на бизнисите за европски успех“ е проект кој има за цел подобрување на деловното опкружување и подобар економски развој на Источниот, Вардарскиот и Југоисточниот регион, со што ќе промовира одржлив економски раст, привлечат инвестиции, стимулира претприемништвото, подобри продуктивноста и целокупната состојба на бизнис секторот преку ЕУ усогласеност и соработка со субјекти од другата страна на границата. Со цел да придонесе кон остварувањето на основната цел на проектот, Здружението Центар за истражување и анализи НОВУС, Струмица како имплементатор на проектот, заедно со Марвел-АДЕЕЛ, Штип како економски оператор ангажиран за потребите на истражувањето, спроведе истражување во кое информациите прибрани преку: индивидуална анкета/интервју и групни интервјуа во форма на фокус групи, резултираа во креирање на Публикација со наодите од истражувањето и анализа која ќе биде достапна до сите заинтересирани страни во регионите.

II. МЕТОДОЛОГИЈА за спроведување на истражување во рамки на проектот EUConnect: Зајакнување на бизнисите за европски успех

„EUConnect: Зајакнување на бизнисите за европски успех“ е проект кој има за цел подобрување на деловното опкружување и подобар економски развој на Источниот, Вардарскиот и Југоисточниот регион, со што ќе промовира одржлив економски раст, привлече инвестиции, го стимулира претприемништвото, ја подобрува продуктивноста и целокупната состојба на бизнис секторот преку ЕУ усогласеност и соработка со субјекти од другата страна на границата. Со цел да придонесе кон остварувањето на основната цел на проектот Здружението НОВУС, Струмица, заедно со Марвел-АДЕЕЛ, Штип ќе спроведе истражување во кое информациите ќе се прибираат преку: индивидуална анкета/интервју и групни интервјуа во форма на фокус групи кои ќе резултираат со креирање на Публикација со наодите од истражувањето и анализа која ќе биде достапна до сите заинтересирани страни во регионите.

Спроведување на истражувањето на пазарот на Југоисточниот, Источниот и Вардарскиот регион на Р. Северна Македонија ќе помогне на бизнис секторот да го согледа и разбере деловното опкружување и конкурентната бизнис клима во опфатените региони, како и да се идентификуваат нови можности за економска соработка со субјекти во ЕУ. Истражувањето, односно публикацијата која ќе произлезе како дел од него ќе овозможи да се направи бизнис секторот повидлив за странските инвеститори преку препознавање на нови можности за соработка и отварање кон ЕУ.

Со цел квалитетна изработка на документот, Марвел-АДЕЕЛ, Штип согласно Договорот со НОВУС, Струмица разви Методологија за имплементација на истражувањата и изготвување на публикацијата.

Со цел квалитетна имплементација на истражувањето, Марвел-АДЕЕЛ ќе примени комбинација од различни пристапи и стратегии. Во рамки на истражувањето ќе бидат спроведени:

- **Деск истражување** - истражувачки метод кој вклучува користење на веќе постоечки податоци. Постојните податоци ќе се собираат и сумираат за да се зголеми севкупната ефективност на истражувањето. Деск истражувањето вклучува преглед и анализа на материјал објавен во аналитички и истражувачки извештаи и слични документи. Деск истражувањето ќе вклучува преглед и анализа на:
 - Податоци достапни на интернет: Еден од најпопуларните начини за пристап до секундарни податоци е користењето на интернет. Податоците се лесно достапни на интернет и може да се преземат, прегледуваат, анализираат и обработуваат. Марвел-АДЕЕЛ за потребите на оваа задача ќе ги зема во предвид само податоците објавени на автентични и доверливи веб-локации за собирање информации.

- Владини и невладини агенции: Извор на податоци потребни за истражувањето се и релевантни владини и невладини агенции. Податоците добиени од овие владини и невладини агенции се автентични и доверливи.
- Образовни институции: Податоците што ги собираат универзитетите се главно за примарно истражување. Сепак, Марвел-АДЕЕЛ (каде што смета дека е соодветно) ќе им пристапи на образовните институции и ќе побара податоци од нив.
- Извори на комерцијални информации: печатените медиуми (дневни весници, списанија, магазини) радио и ТВ станиците се солиден извор за добивање податоци за секундарно истражување.

Деск истражувањето опфаќа:

- Анализа на состојбата во приватниот сектор на општинско и регионално ниво во Југоисточниот, Источниот и Вардарскиот регион на Р. Северна Македонија;
 - Обезбедување на официјални податоци за состојбата со бизнис секторот, работната сила и пазарот на труд на регионално ниво во Југоисточниот, Источниот и Вардарскиот регион на Р. Северна Македонија;
- **Интервјуирање/анкетирање** - истражување на ставови, мислења, степен на информираност преку интервју - индивидуално и групно.
- Индивидуалните интервјуа ќе се спроведуваат со потсредство на современи средства за комуникација - телефонски разговори и/или пополнување на анкетен прашалник поставен онлајн. Вкупниот број на испитаници изнесува 120.
 - Групни интервјуа ќе се спроведуваат во формат на фокус групи. Фокус групите вклучуваат мал број на испитаници со демографски и останати [релевантни за истражувањето] слични карактеристики и искуства. Во рамки на оваа активност тимот на Марвел-АДЕЕЛ ќе организира 4 фокус групи и тоа во: Штип, Кочани, Гевгелија и Струмица. Една фокус група брои меѓу 4 - 6 испитаници.

Истражувањето на пазарот и анализа на постоечката бизнис клима во Југоисточниот, Источниот и Вардарскиот регион се прави со цел да им се помогне на бизнисите да ја разберат деловната средина и да идентификуваат нови можности за потенцијални соработки во ЕУ. Истражување на пазарот во Југоисточниот, Источниот и Вардарскиот регион на земјата ќе им помогне на бизнисите да го разберат конкурентниот пејзаж и да идентификуваат нови можности во ЕУ. Целта е да се направи бизнис секторот повидлив за странските инвеститори преку препознавање на нови можности и отворање кон Европа, а тоа ќе влијае на подобрување на деловната клима. Истражувањето на пазарот и анализа на постоечката бизнис клима во Југоисточниот, Источниот и Вардарскиот регион ќе се спроведе на



EU CONNECT
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

репрезентативен примерок од најмалку 120 компании од трите плански региони со адекватно вклучување на сите општини во секој од регионите (согласно нивната големина и број на деловни субјекти во нив) како и вклучување на компании од различна големина (микро, мали и средни) согласно нивната застапеност во секој од регионите.

Изготвениот прашалник за истражувањето е даден како прилог (Анекс) на овој Документ.

III. ДЕЛОВНА КЛИМА во таргетираните региони

Пред почетокот на истражувањето, Марвел-АДЕЕЛ спроведе деск истражување за анализа на моменталната состојба со условите за водење бизнис во Источниот, Вардарскиот и Југоисточниот плански регион на Р. С. Македонија. Деск истражувањето вклучи преглед на постоечки документи, онлајн истражувања (статистички информации, извештаи од релевантни институции), други релевантни студии на национално и регионално ниво, како што се:

1. Програма за развој на Источниот плански регион, 2021-2026
2. Програма за развој на Вардарски плански регион 2021-2026
3. Програма за развој на Југоисточниот плански регион, 2021-2026
4. Водич за инвестиции во Источен плански регион
5. Програма за развој и поддршка на бизнис секторот во Источен плански регион
6. Водич за инвеститори во Вардарски плански регион
7. Регионална Програма со предлог-акциски план и комуникациски план за развој и поддршка на приватен сектор во координација со другите ентитети во Вардарски плански регион
8. Студија за анализа на претприемачкиот екосистем во Југоисточниот плански регион
9. Водич за инвестирање во Југоисточниот плански регион
10. Програма за развој и поддршка на бизнис-секторот во Југоисточен плански регион

Истражувањето беше спроведено во периодот Октомври - Декември 2023 година и како резултат на тоа е креирана оваа Публикација, документ која вклучува детални информации за темите вклучени во истражувањето, како и информации за моменталната состојба со деловната клима таргетираните региони.

Според податоците на Државниот завод за статистика на Р. Северна Македонија за 2021 година (последна година за која има достапни податоци), во 30-те општини од таргетираните региони има вкупно 16.224 приватни субјекти (компани). Распределбата на компаниите по општини е дадена во следнит табела:



EU CONNECT
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

Регион	Општини	Број на активни деловни субјекти	
ИСТОЧЕН ПЛАНСКИ РЕГИОН	Берово	375	5457
	Виница	494	
	Делчево	512	
	Зрновци	48	
	Карбинци	72	
	Кочани	1309	
	Македонска Каменица	192	
	Пехчево	136	
	Пробиштип	419	
	Чешиново - Облешево	117	
	Штип	1783	
ВАРДАРСКИ ПЛАНСКИ РЕГИОН	Велес	1679	5170
	Градско	61	
	Демир Капија	91	
	Кавадарци	1629	
	Лозово	46	
	Неготино	729	
	Росоман	114	
	Свети Николе	734	
	Чашка	87	
ЈУГОИСТОЧЕН ПЛАНСКИ РЕГИОН	Богданци	247	5597
	Босилово	235	
	Валандово	330	
	Василево	183	
	Гевгелија	1143	
	Дојран	108	
	Конче	64	
	Ново Село	191	
	Радовиш	793	
Струмица	2303		

т.1 – Активни деловни субјекти по општини за 2021 година (извор: Државен завод за статистика)

Во истражувањето беа вклучени вкупно 166 компании од кои 62 од Источниот плански регион (42 по пат на анкетирање и 20 преку фокус групи), 43 компании од Вардарскиот плански регион и 61 компанија од Југоисточниот плански регион (40 по пат на анкетирање и 21 преку фокус групи).

Општина Штип е општина со најголем број активни деловни субјекти во Источниот плански регион со вкупно 1.783 микро, мали, средни и големи компании. Кочани има вкупно 1.309 активни субјекти со седиште во оваа општина, додека Делчево и Веница имаат 512 односно 494 приватни компании кои работат на различни пазари. Според овие податоци, најголем дел од испитаниците на оваа анкета во Источниот плански регион потекнуваат токму од овие четири општини. Распределбата на вклучените компании во истражувањето од Источниот плански регион по општина е дадена на следниот графикон.



г.1 – Дистрибуција на истражувачки примерок по општини во Источен регион

Велес е општина со најголем број активни деловни субјекти во Вардарскиот плански регион со вкупно 1.679 микро, мали, средни и големи компании. Кавадарци има вкупно 1.629 активни субјекти со седиште во оваа општина, додека Свети Николе и Неготино имаат 734 односно 729 приватни компании кои работат на различни пазари. Според овие податоци, најголем дел од испитаниците на оваа анкета во Вардарскиот плански регион потекнуваат токму од овие четири општини. Распределбата на вклучените компании во истражувањето од Вардарскиот плански регион по општина е дадена на следниот графикон.



EU CONNECT
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ



г.2 – Дистрибуција на истражувачки примерок по општини во Вардарски регион

Општина Струмица е општина со најголем број активни деловни субјекти во Југоисточниот плански регион со вкупно 2.303 микро, мали, средни и големи компании. Гевгелија има вкупно 1.143 активни субјекти со седиште во оваа општина, додека Радовиш има вкупно 793 приватни компании кои работат на различни пазари. Според овие податоци, најголем дел од испитаниците на оваа анкета во Југоисточниот плански регион потекнуваат токму од овие три општини. Распределбата на вклучените компании во истражувањето од Југоисточниот плански регион по општина е дадена на следниот графикон.



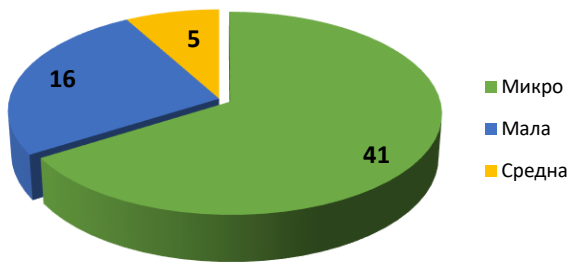
г.3 – Дистрибуција на истражувачки примерок по општини во Југоисточен регион

IV. АНАЛИЗА НА РЕЗУЛТАТИ

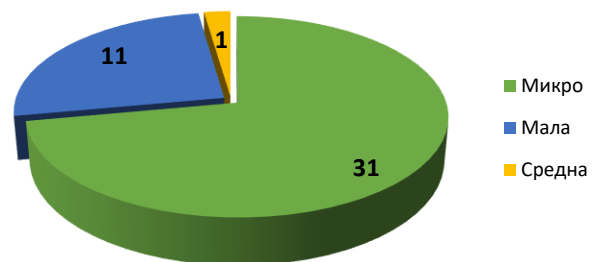
По спроведувањето на деск истражувањето, истражувачкиот тим од Марвел-АДЕЕЛ заедно со НОВУС Струмица изготви Прашалник според релевантните документи достапни во трите плански региона и спроведе истражување на истражувачки примерок од 166 компании од регионот. Прашалникот беше објавен и истражувачите контактираа (телефонски) компании од регионот.

Во однос на типот на компании вклучени во истражувањето според големината, 103 од компаниите се микро компании, 50 се мали компании, додека 13 се средни компании. Дистрибуцијата на компаниите вклучени во истражувањето според нивната големина по региони е дадена на следните 3 графици:

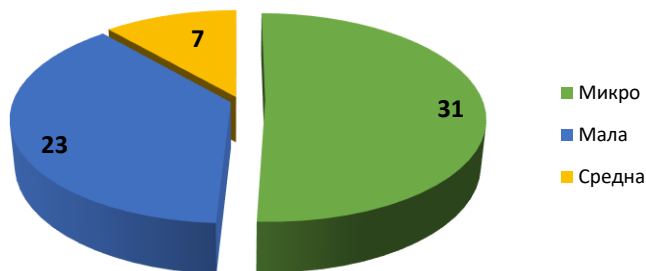
Вклучени компании во истражувањето од ИПР



Вклучени компании во истражувањето од ВПР

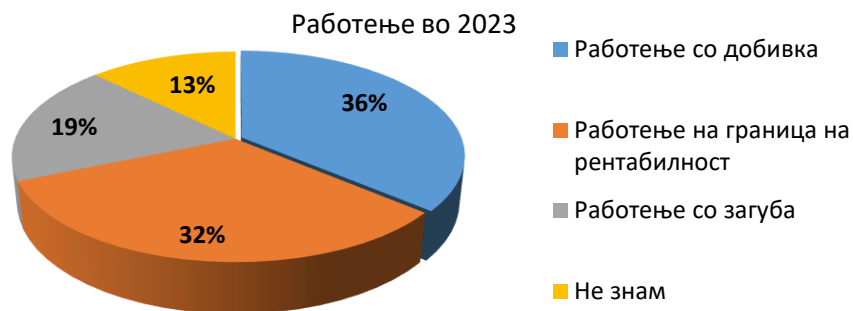


Вклучени компании во истражувањето од ЈИПР



- г.4 – Дистрибуција на истражувачки примерок од Источен регион по големина на компании
 г.5 – Дистрибуција на истражувачки примерок од Вардарски регион по големина на компании
 г.5 – Дистрибуција на истражувачки примерок од Југоисточен регион по големина на компании

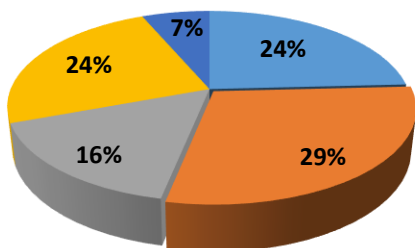
Најголемиот дел од анкетираните компании (36%) изјавија дека 2023 е финансиски добра година за нив, односно дека годинава работат со добивка, 32% изјавија дека работат на граница на рентабилност, додека 13% не се сигурни каква ќе биде (финансиски) 2023 за нив. Само 19% (31 компанија) изјавија дека 2023 година работат со загуба.



г.6 – Финансиско работење на вклучените компании од трите региони во истражувањето

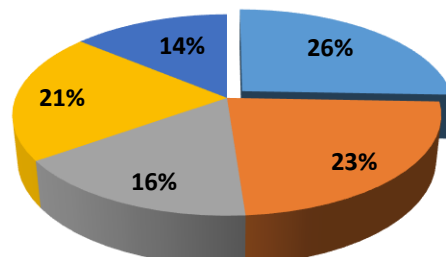
Во поглед на деловната состојба во државата компаниите од трите региони имаат доста различно мислење. 26% од анкетираните 166 компании изјавија дека тековната деловна состојба во државата е добра, додека пак 25% изјавија дека е лоша. 19% од вклучените компании во истражувањето имаат перцепција дека тековната деловна состојба во Р. С. Македонија е многу лоша, 18% сметаат дека деловната состојба не е ниту добра ниту лоша, додека пак податокот кој најмногу загрижува е дека само 12% од компаниите (21 компанија) тековната деловна состојба во државата ја перцепираат како многу добра. Дадено по региони, перцепцијата за тековната деловна состојба изгледа вака:

Деловна состојба во Р. С. Македонија според компании од ИПР



■ Многу лоша ■ Лоша ■ Ниту лоша ниту добра ■ Добра ■ Многу добра

Деловна состојба во Р. С. Македонија според компании од ВПР

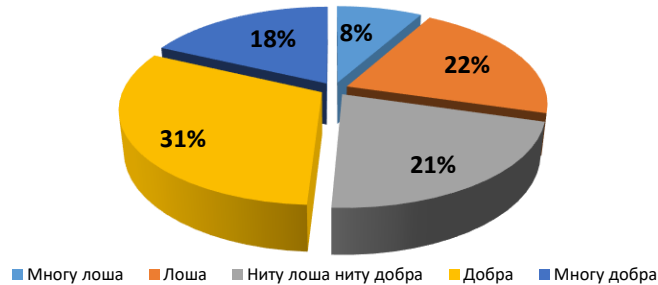


■ Многу лоша ■ Лоша ■ Ниту лоша ниту добра ■ Добра ■ Многу добра

г.7 – Перцепција за тековна деловна состојба според компании од Источен плански регион

г.8 – Перцепција за тековна деловна состојба според компании од Вардарски плански регион

Деловна состојба во Р. С. Македонија според компании од ЈИПР



г.9 – Перцепција за тековна деловна состојба според компании од Југоисточен плански регион

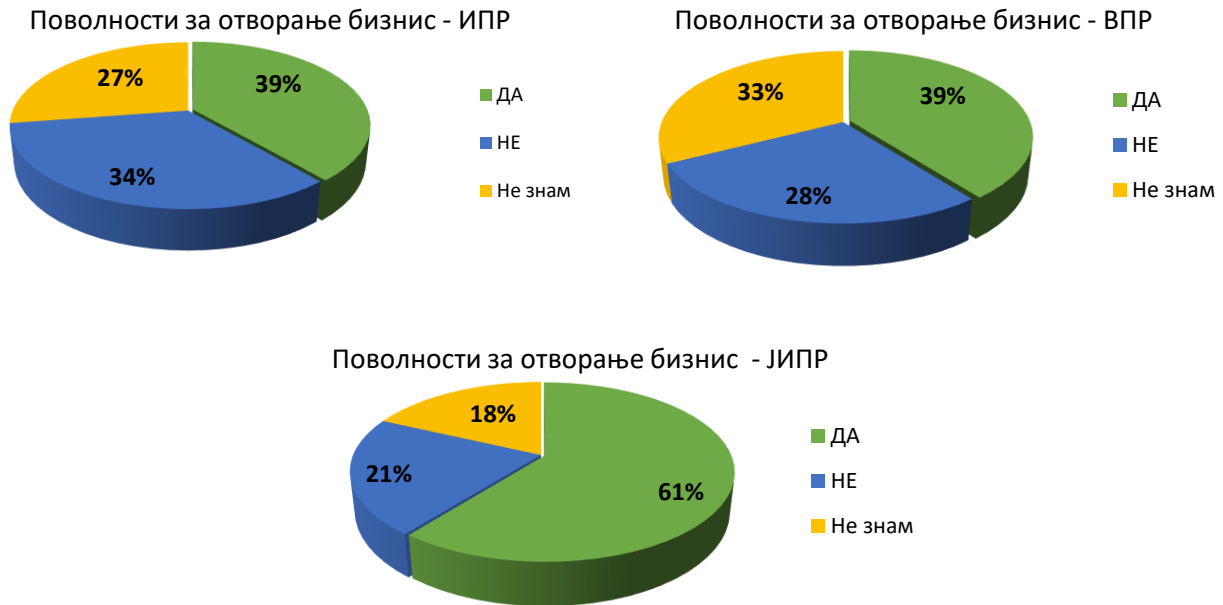
Што се однесува до причините поради кои луѓето не основаат свои компании, најголем дел од испитаниците (33%) сметаат дека тоа е поради немање финансиска поддршка, додека 24% сметаат дека тоа е поради страв од неуспех. 13% од испитаниците сметаат дека главната причина поради која луѓето од регионот не основаат сопствени компании е поради непознавање на процесот за водење на бизнис, додека по 11% од испитаниците сметаат дека тоа е поради недоволната поддршка од најблиските и слабата информираност за можностите за започнување на бизнис. Само 8% од вклучените компании во истражувањето сметаат дека главни причини зошто луѓето од Источниот, Вардарскиот и Југоисточниот плански регион не започнуваат бизнис е немањето на квалитетна бизнис идеја.

ПРИЧИНИ ЗА НЕЗАПОЧНУВАЊЕ НА БИЗНИС



г.10 – Причини за незапочнување на бизнис според вклучените компании од трите региони во истражувањето

Најголемиот број од компаниите вклучени во истражувањето (47%) сметаат дека во Македонија постојат поволности кои помагаат при отворањето на сопствен бизнис. 28% од вклучените компании сметаат дека не постојат доволно поволности, додека 25% од компаниите не знаат дали постојат доволно поволности. Дадено по региони, одговорите на ова прашање може да се престават вака:



- г.11 – Перцепција за поволности за отворање бизнис според компании од Источен плански регион
- г.12 – Перцепција за поволности за отворање бизнис според компании од Вардарски плански регион
- г.13 – Перцепција за поволности за отворање бизнис според компании од Југоисточен плански регион

ПРОБЛЕМИ ПРИ РАБОТЕЊЕТО НА КОМПАНИИТЕ



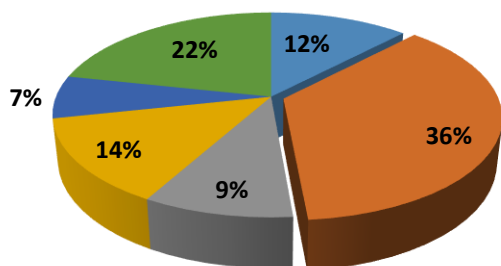


EU CONNECT

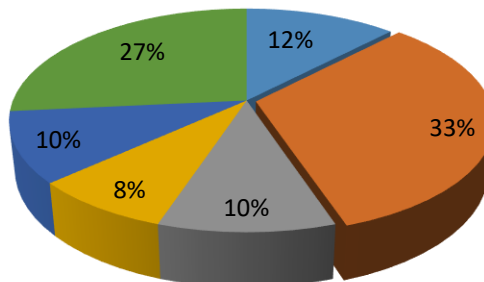
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

Најголемиот дел од интервјуираните компании (и по региони и како тотал) сметаат дека менаџерското искуство и вештини се најважниот аспект за успешна работа на една компанија, а потоа следат аспектите како што се: обезбедување финансии, деловни вештини, електрична енергија и економско опкружување. Најголемиот дел од компаниите како најголем проблем во нивното секојдневно работење ги забележаа недостигот на финансии и оперативните проблеми како резултат на актуелната енергетска криза. 31% од анкетираниите компании изјавија дека недостигот на финансии е нивниот најголем проблем при секојдневното работење, додека 24% од компаниите од трите региони ја наведоа актуелната енергетска криза како нивен најголем секојдневен предизвик во нивната работа. 13% од компаниите изјавија дека проблемите со вработените се нивниот најголем предизвик во работењето, 12% ги наведоа проблемите со инспекциски надзори, 11% долгите административни проблеми, додека 9% ги наведоа тековните (воени) конфликти како најголем проблем во нивното секојдневно работење.

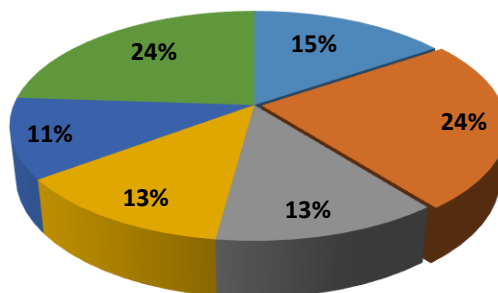
Проблеми при работењето на компаниите - ИПР



Проблеми при работењето на компаниите - ВПР



Проблеми при работењето на компаниите - ЈИПР



г.14 – Проблеми при работењето на компаниите

г.15 – Проблеми при работењето на компаниите од Источен плански регион

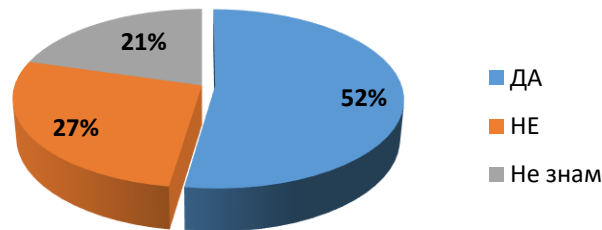
г.16 – Проблеми при работењето на компаниите од Вардарски плански регион

г.17 – Проблеми при работењето на компаниите од Југоисточен плански регион

27% од компаниите од трите региона вклучени во истражувањето не побарале совет или информации за теми што се однесуваат на нивниот бизнис. Имајќи предвид дека последните 24 месеци беа месеци исполнети со предизвици и пречки за секоја компанија не само во Р.С. Македонија туку и во светот, загрижува многу високиот процент на компании кои не побарале совет/информација. 52% од

компаниите вклучени во длабинските интервјуа изјавиле дека побарале совет или информации за теми кои се одразуваат на нивниот бизнис во последните 24 месеци, додека дури 21% од компаниите не се сеќаваат дали побарале совет или побарале за информации во врска со нивниот бизнис.

Побарани совети поврзани со бизнисот



г.18 – Побарани совети од страна на компаниите вклучени во истражувањето

Во однос на темите на информации за кои 87 компании изјавија дека побарале совет или барале информации во врска со нивниот бизнис:

- 50 компании изјавија дека побарале совети и информации од областа на Финансиски консалтинг за сметководство и општо управување со финансиите во компанијата;
- 32 компании изјавија дека побарале совети и информации од областа на финансиското советување – каде и како да добијат финансии;
- 30 компании изјавиле дека побарале совети и информации за онлајн промоција;
- 25 компании изјавиле дека побарале совети и информации од областите: ИТ (Информатичка технологија), Е-трговија;
- 17 компании изјавија дека побарале информации поврзани со специфични регулативи за нивните дејности за работење;
- 15 компании изјавија дека побарале совети и информации од областите: извоз во земјите од ЕУ, Даноци/осигурување и наплати;
- 14 компании изјавија дека побарале информации за поставување на фотонапонски центри (фотоволтаици)
- 11 компании изјавија дека побарале совети и информации од областите: Закон за вработување/отпуштање на работници и Иновации;
- 9 компании побарале совети и информации за раст на нивните бизниси;
- 8 компании побарале совети од областа на Иновациите
- 5 компании изјавија дека побарале совети и информации за правни прашања;
- 4 компании изјавија дека побарале совети од областа на Здравје и безбедност при работа.



г.19 – Темии на побарани информации од страна на компаниите вклучени во истражувањето

Компаниите вклучени во истражувањето имаа различни потреби во однос на видот на информации што им се потребни во нивното секојдневно работење. Најголем дел од компаниите изјавија дека имаат потреба од информации за финансии (информации за грантови, кредитни линии, субвенции и даночни олеснувања / стимулации), но има и компании кои изјавија дека имаат потреба од нефинансиски информации, информации за: семинари, работилници, обуки на вработените, онлајн промоција, поддршка за менторство, саеми и настани за „поврзување (мечирање)“, совети и консултации, деловна соработка и вмрежување:

- 56 компании изјавија дека им се потребни информации за субвенции;
- 51 компании изјавија дека имаат потреба од информации за достапни грантови за финансирање на нивните инвестициски проекти;
- 28 компании ја истакнаа нивната потреба од информации за онлајн работење;
- 26 компании истакнаа потреба за информации за достапни тренинзи за нивните вработени;
- 21 компанија истакнаа потреби за совети и консултации за извоз во земјите од ЕУ;
- 20 компании изјавија дека имаат потреба од финансиски информации во однос на даночните олеснувања;
- 19 компаниии ја истакнаа нивната потреба од менторска поддршка;
- 15 компании изјавија дека имаат потреба од информации за: работилници и деловна соработка со компании од ЕУ;
- 13 компании изјавија дека им се потребни информации за кредити и кредитни линии;
- 12 компании изјавија дека им се потребни информации за настани за вмрежување каде што можат да имаат B2B состаноци со други компании од нивната област на делување;



EU CONNECT
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

- 9 компании ја истакнаа нивната потреба од информации за семинари и слични настани;
- 7 изјавија дека имаат потреба од информации за саеми и “matchmaking” настани.

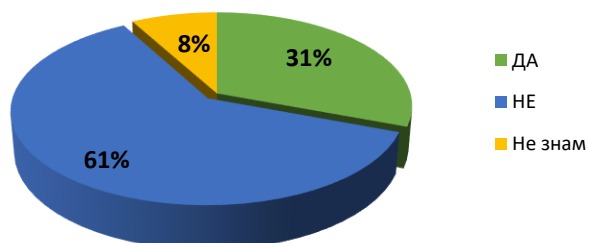
Распределбата на видовите информации што им се потребни на компаниите е дадена во следната табела:



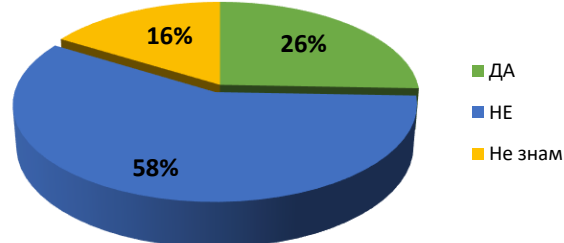
г.20 – Теми на потребни информации од страна на компаниите вклучени во истражувањето

Загрижува податокот дека иако мноштвото компании вклучени во истражувањето работат со партнери / клиенти од ЕУ земјите, само 32% од компаниите имаат веб страна на некој ЕУ јазик, односно гледано порегиони: само 31% од компаниите од Источниот плански регион вклучени во истражувањето имаат сопствена веб страна на некој ЕУ јазик, 26% од вклучените компании во истражувањето од Вардарски плански регион имаат веб страна на некој ЕУ јазик и 38% од компаниите од Југоисточниот плански регион имаат веб страна на некој ЕУ јазик.

Дали компанијата има веб страна на некој ЕУ јазик - ИПР



Дали компанијата има веб страна на некој ЕУ јазик - ВПР

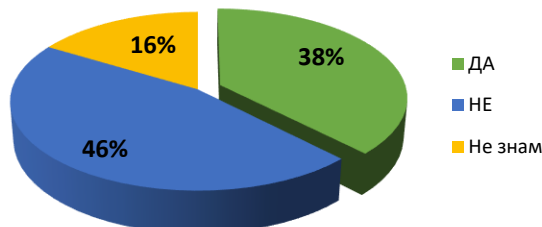




EU CONNECT

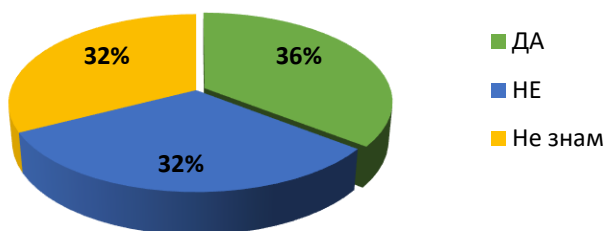
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

Дали компанијата има веб страна на некој
ЕУ јазик - ЈИПР



- г.21 – Дали компаниите од Источен плански регион имаат веб страна на некој од јазиците кои се користат во ЕУ?
г.22 – Дали компаниите од Вардарски плански регион имаат веб страна на некој од јазиците кои се користат во ЕУ?
г.23 – Дали компаниите од Југоисточен плански регион имаат веб страна на некој од јазиците кои се користат во ЕУ?

Дали компанијата е регистрирана на некој
бизнис директориум



г.24 – Регистрирани компании на бизнис директориуми во земјите од ЕУ – вкупни бројки

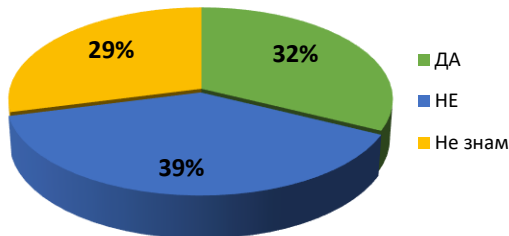
Само 36% (59 од вкупно вклучените 166 компании во истражувањето) од компаниите се регистрирани на некој бизнис директориум во земјите од ЕУ, односно гледано по региони:

- 32% од вклучените компании во истражувањето со седиште во Источниот плански регион се регистрирани на некој бизнис директориум во земјите од ЕУ;
- 23% од вклучените компании во истражувањето со седиште во Вардарскиот плански регион се регистрирани на некој бизнис директориум во земјите од ЕУ;
- 47% од вклучените компании во истражувањето со седиште во Југоисточниот плански регион се регистрирани на некој бизнис директориум во земјите од ЕУ.

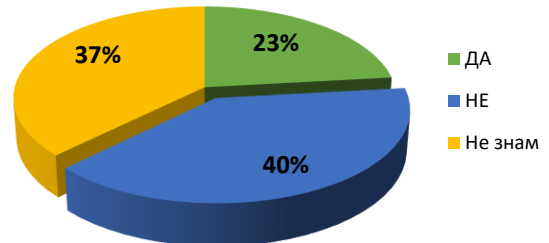


EU CONNECT
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

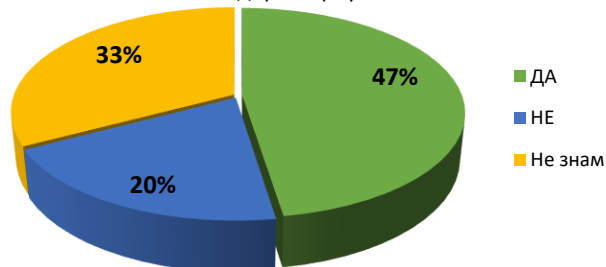
Дали компанијата е регистрирана на некој бизнис директориум - ИПР



Дали компанијата е регистрирана на некој бизнис директориум - ВПР



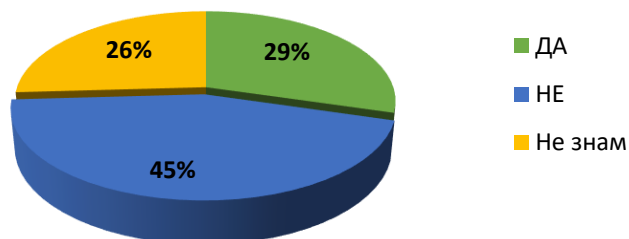
Дали компанијата е регистрирана на некој бизнис директориум - ЈИПР



- г.25 – Компании од Источен плански регион регистрирани на бизнис директориуми во земјите од ЕУ
- г.26 – Компании од Вардарски плански регион регистрирани на бизнис директориуми во земјите од ЕУ
- г.27 – Компании од Југоисточен плански регион регистрирани на бизнис директориуми во земјите од ЕУ

Во поглед на промоцијата на компаниите од Источниот, Вардарскиот и Југоисточниот регион на странските пазари дури 45% од анкетираниите компании одговорија негативно, односно се изјаснија дека не се промовираат на странските пазари. Набљудувано по региони, сите три таргетираните региони покажаа висок степен на недостаток на промоција на компаниите на странските пазари (преку 40%), односно 30 од анкетираниите 62 компании (48%) од Источниот регион, 18 од анкетираниите 43 компании (42%) од Вардарскиот регион и 26 од анкетираниите 61 компанија (43%) од Југоисточниот регион истакнаа дека во моментот на спроведување на истражувањето не се промовираат на странските пазари.

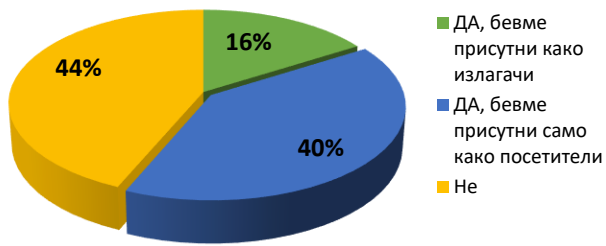
Дали компанијата се промовира на некој странски пазар?



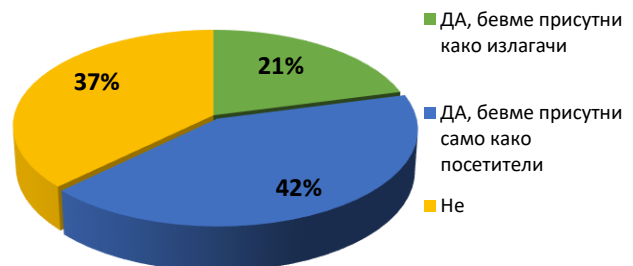
г.28 – Промоција на компаниите на странските пазари

Позитивен податок добиен од истражувањето е дека голем број на компании од трите плански региона се присутни на саемите и саемските манифестации во земјите од Европска Унија, било како излагачи или како посетители. 60% од анкетираниите компании од трите региона во изминатите 12 месеци се појавиле на саеми и саемски манифестации во ЕУ и тоа: 41% (67 компании) присуствувале на вакви манифестации, а 19% (32 компании) се јавиле и како излагачи на разни саеми и саемски манифестации во земјите од ЕУ. Гледано поединечно по региони по 21% од анкетираниите компании од Вардарскиот и Југоисточниот плански регион се јавиле како излагачи на саеми и саемски манифестации во Европската Унија во изминатите 12 месеци, додека пак 42% од анкетираниите компании од Вардарскиот регион и по 40% од анкетираниите компании од Источниот и Југоисточниот плански регион посетиле некој саем или саемска манифестација во изминатите 12 месеци:

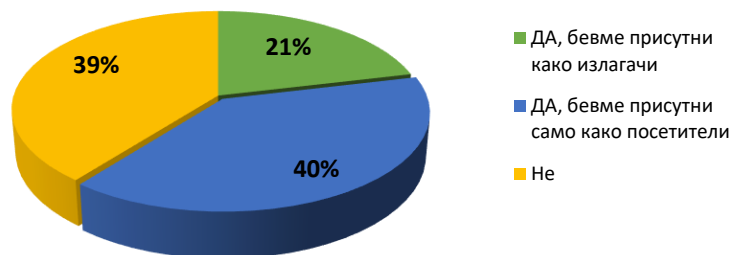
Присуство на саеми - компании од ИПР



Присуство на саеми - компании од ВПР



Присуство на саеми - компании од ЈИПР



г.29 – Присуство на компании од Источен плански регион на саеми во земјите од ЕУ
г.30 – Присуство на компании од Вардарски плански регион на саеми во земјите од ЕУ
г.31 – Присуство на компании од Југоисточен плански регион на саеми во земјите од ЕУ

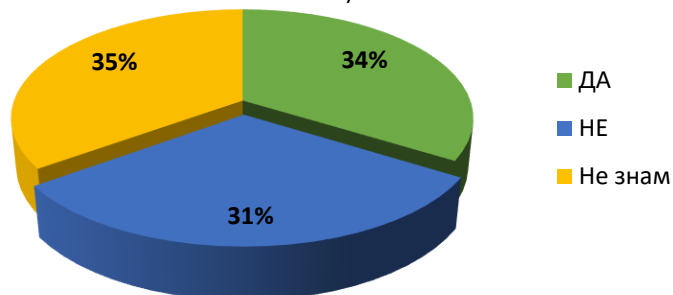
Најголемиот дел од компаниите вклучени во истражувањето истакнаа дека немаат потреба од Сертификати за работа во земјите од Европската Унија. 62% од анкетираниите компании (103 компании) изјавија дека немаат потреба за било каков Сертификат за работа со ЕУ, 22% од компаниите (36 компании) истакнаа дека ги имаат потребните Сертификати за работа со земјите од ЕУ, додека 16% од компаниите истакнаа дека моментално се во процес на стекнување на потребниот/те Сертификат/и.

Сертификати за ЕУ



г.32 – Поседување на потребни Сертификати за работа со земјите од ЕУ

Дали знаете што е тоа ESM (European Single Market)?



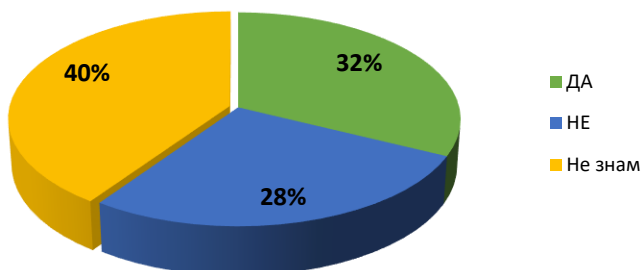
г.33 – Информираност на компаниите за ESM (European Single Market)

Само 34% од анкетираните компании од трите региона се запознаени со концептот на ESM – European Single Market. 56 од анкетираните 166 компании се изјаснија позитивно, односно дека знаат што е тоа ESM, 31% (52 компании) истакнаа дека не знаат што е тоа ESM, додека 35% (58 компании) одговорија дека не се сигурни дали знаат или не знаат што е тоа European Single Market. Разгледувано по региони компаниите од Југоисточниот плански регион покажаа најголем процент на запознаеност со European Single Market односно 41% од анкетираните компании од ЈИПР изјавија дека знаат што е тоа ESM, по што следува Источниот плански регион каде 32% од анкетираните компании истакнаа дека знаат што е тоа European Single Market, додека 26% од анкетираните компании од Вардарскиот плански регион истакнаат запознаеност со концептот на European Single Market.

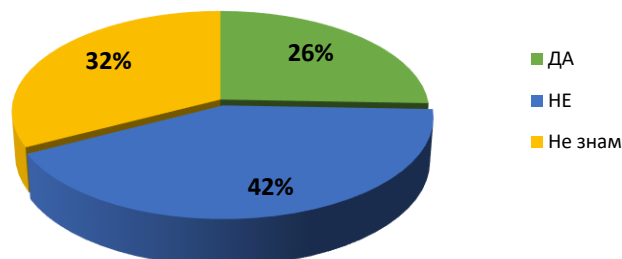


EU CONNECT
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

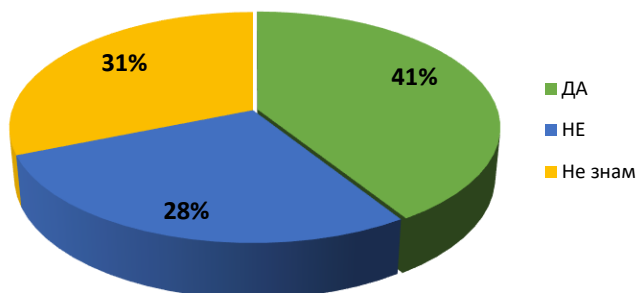
Дали знаете што е тоа ESM (European Single Market)? - компании од ИПР



Дали знаете што е тоа ESM (European Single Market)? - компании од ВПР

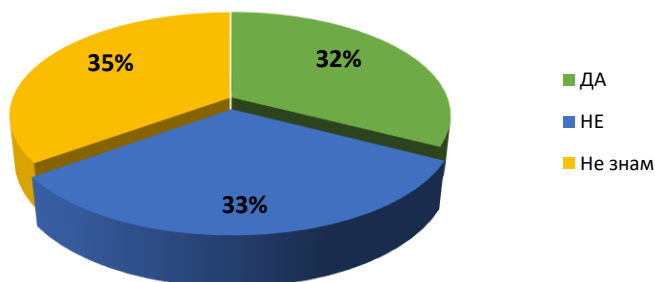


Дали знаете што е тоа ESM (European Single Market)? - компании од ЈИПР



- г.34 – Информираност на компаниите од Источен плански регион за ESM (European Single Market)
- г.35 – Информираност на компаниите од Вардарски плански регион за ESM (European Single Market)
- г.36 – Информираност на компаниите од Југоисточен плански регион за ESM (European Single Market)

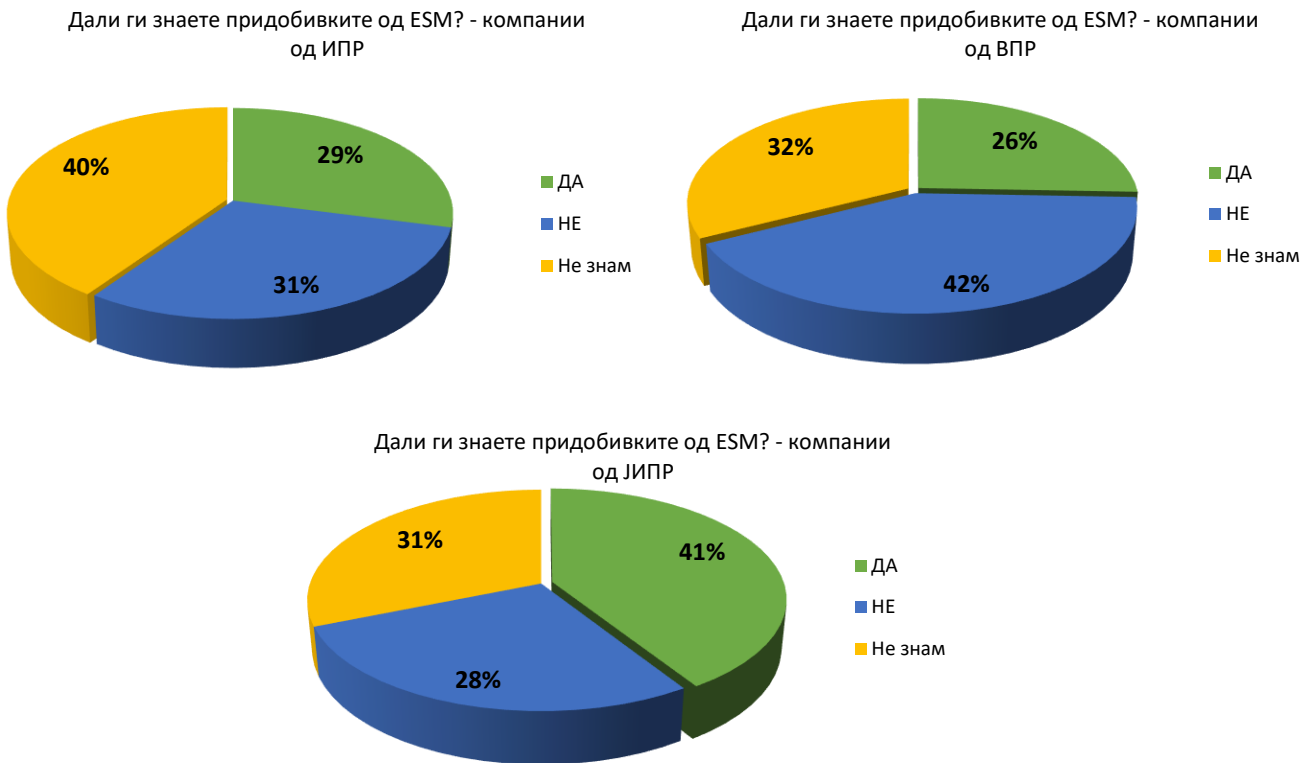
Дали ги знаете придобивките од ESM?



г.37 – Информираност на компаниите за придобивките од ESM (European Single Market)

Доста слични се резултатите од истражувањето во поглед на информираноста на компаниите од трите региона за придобивките од ESM – European Single Market. Само 33% од анкетираниите компании од трите региона се запознаени со придобивките од ESM – European Single Market. 54 од анкетираниите 166 компании се изјаснија позитивно, односно дека ги знаат придобивките од ESM, 33% (54 компании) истакнаа дека не знаат кои се придобивките од ESM, додека 35% (58 компании) одговорија дека не се сигурни дали знаат или не знаат кои се придобивките од European Single Market. Разгледувано по

региони компаниите од Југоисточниот плански регион покажаа најголем процент на запознаеност со придобивките од European Single Market односно 41% од анкетираниите компании од ЈИПР изјавија дека знаат кои се придобивките од ESM, по што следува Источниот плански регион каде 29% од анкетираниите компании истакнаа дека знаат за придобивките од European Single Market, додека 26% од анкетираниите компании од Вардарскиот плански регион истакнаат запознаеност со придобивките од European Single Market.



г.38 – Информираност на компаниите од Источен плански регион за придобивките од ESM (European Single Market)
 г.39 – Информираност на компаниите од Вардарски плански регион за придобивките од ESM (European Single Market)
 г.40 – Информираност на компаниите од Југоисточен плански регион за придобивките од ESM (European Single Market)

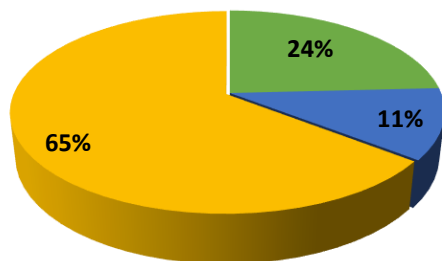
Подготвеност за настап на ESM



г.41 – Подготвеност на компаниите за настап на ESM (European Single Market)

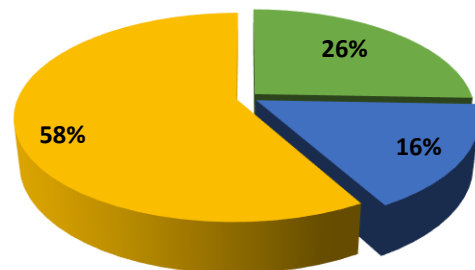
Загрижува податокот дека само 23% од анкетираните компании од трите региона изјавија дека се подготвени за настап на ESM – European Single Market. 39 од анкетираните 166 компании се изјаснија позитивно, односно дека се подготвени за настап на ESM, 19% (31 компанија) истакнаа дека компаниите од Р. С. Македонија се подготвени за настап на European Single Market, додека 58% од анкетираните компании (96 компании) истакнаа дека не се подготвени за настап на ESM – European Single Market. Земено по региони компаниите од Вардарскиот плански регион покажаа најголем процент на подготвеност за настап на European Single Market односно 26% од анкетираните компании од ВИПР изјавија дека се подготвени за настап на ESM, по што следува Источниот плански регион каде 24% од анкетираните компании истакнаа дека се подготвени за настап на European Single Market, додека 21% од анкетираните компании од Југоисточниот плански регион истакнаат подготвеност за настап на European Single Market.

Подготвеност за настап на ESM - компании од ИПР



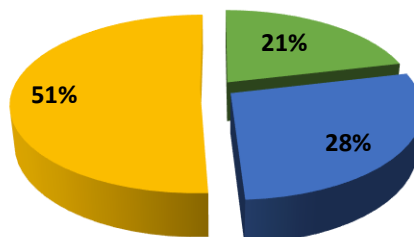
■ ДА, нашата компанија е подготвена за настап на ESM
■ ДА, компаниите во Р. С. Македонија се подготвени за настап на ESM
■ Не, не сме подготвени

Подготвеност за настап на ESM - компании од ВПР



■ ДА, нашата компанија е подготвена за настап на ESM
■ ДА, компаниите во Р. С. Македонија се подготвени за настап на ESM
■ Не, не сме подготвени

Подготвеност за настап на ESM - компании од ЈИПР



■ ДА, нашата компанија е подготвена за настап на ESM
■ ДА, компаниите во Р. С. Македонија се подготвени за настап на ESM

- г.42 – Подготвеност на компаниите од Источен плански регион за настап на ESM (European Single Market)
г.43 – Подготвеност на компаниите од Вардарски плански регион за настап на ESM (European Single Market)
г.44 – Подготвеност на компаниите од Југоисточен плански регион за настап на ESM (European Single Market)

V. Заклучоци и препораки

Резултатите од спроведеното истражување во Источниот, Вардарскиот и Југоисточниот плански регион на Р. С. Македонија покажуваат релативен деловен раст и економски развој во таргетираните региони. Сопствениците на микро, мали и средни компании од трите региони имаат релативно негативната перцепција за деловната клима не само во регионите во кои работат анкетираниите компании туку и на државно ниво. Компаниите не добиваат доволно финансиска, техничка и/или образовна поддршка за развој и унапредување на своите бизниси. Карактеристичен е и недостигот на соработка на компаниите од таргетираните региони со други компании и деловни субјекти од прекуграничните региони и земјите од ЕУ.

Релевантните засегнати страни од Источниот, Вардарскиот и Југоисточниот плански регион на Р. С. Македонија треба да ги разгледаат можностите за организирање и спроведување на обуки/работилници од областите каде на компаниите им требаат подобрувања, особено во областите на:

- достапни грантови за финансирање на нивните инвестициски проекти
- субвенции
- онлајн работење
- извоз во земјите од ЕУ

Како потенцијална препорака може да се спомене потребата од поголема и подобра промоција на достапните програми и инструменти за поддршка на деловниот сектор, како што се инструментите на Фондот за иновации и технолошки развој. Сопствениците на компаниите за наведените програми и мерки, иако постојат на пазарот повеќе години, покажаа слабо ниво на информираност, што може да претставува проблем. Компаниите имаат потреба од грантови за финансирање на нивните инвестициски и иновативни проекти, а од друга страна слабо се запознаени со инструментите на ФИТР кој овозможува токму ваква финансиска поддршка на компаниите од Р. С. Македонија.

Дополнително, релевантните стејкхолдери од таргетираните региони би можеле да ја разгледаат опцијата за воведување на програма за менторство наменета за микро и мали компании, со акцент на онлајн промоција и онлајн продажба, како и организација на B2B настани со компании од прекуграничните региони.

Она на кое мора итно да се стави акцент е ESM – European Single Market. Компаниите од Источниот, Вардарскиот и Југоисточниот плански регион на Р. С. Македонија покажаа мал степен на запознаеност со ESM и придобивките од истиот. Па оттаму како препорака може да се спомене спроведување на промотивна кампања за придобивките од European Single Market и имплементација на серија обуки и тренинзи од информативен карактер за доближување на концептот на European Single Market до компаниите од трите региона.

Препораки за подобрување на деловната клима и економскиот развој во источниот, вардарскиот и југоисточниот плански регион на Република Северна Македонија:

➔ Инвестирање во обуки и развој:

- Идентификување на областите со најголем потенцијал за подобрување и организирање на обуки и работилници за претприемачите и менаџерите од микро, мали и средни компании.
- Поддршка на програми за развој на лидерски и претприемачки вештини, како и за усовршување на техничките знаења и вештини во соодветните индустрии.

➔ Финансиска поддршка и грантови:

- Обезбедување на достапни финансиски инструменти и грантови за финансирање на инвестициски проекти и иновации во компаниите.
- Промовирање на програми за субвенции и грантови од страна на владините институции и меѓународни организации.

➔ Развој на Онлајн платформи и е-бизнис:

- Поддршка за преминување на компаниите кон онлајн работа и продажба, вклучувајќи ги инвестиции во е-комерц и дигитализација на бизнис процесите.
- Обезбедување на обуки и советување за користење на онлајн платформи и алатки за менаџмент на бизнисот.

➔ Зголемување на извозот и поголема прекугранична соработка:

- Поддршка за компаниите во процесот на извоз во земјите на Европската унија, вклучувајќи ги идентификација на нови пазари и меѓународни партнерства.
- Организирање на B2B настани и мрежни средби за стимулирање на соработката со компаниите од прекуграничните региони.

➔ Поголема информираност за Европскиот единечен пазар (ESM):

- Подигнување на свеста и информирање на компаниите за можностите и предностите од Европскиот единечен пазар.
- Обезбедување на образовни и информативни ресурси за разбирање на законските и регулаторните аспекти на работа на ЕС пазарот.

➔ Можности за менторство и советување:

- Естаблирање на програми за менторство и советување за претприемачите, со фокус на успешното водење на бизнисот и преминувањето кон онлајн моделот на работа.



EU CONNECT
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

➔ **Поголема промоција на иновации и технолошки развој:**

- Поддршка на компаниите за примена на иновативни технологии и развој на нови производи и услуги.
- Поврзување на компаниите со иновативни и технолошки хабови и центри за поддршка во земјата и регионот.

Анекс 1: Прашалник за бизнис секторот во Југоисточниот, Источниот и Вардарскиот плански регион.

Почитувани,

За потребите на проектот „EUConnect: Зајакнување на бизнисите за европски успех“ на Здружението на граѓани ЦИА НОВУС, Струмица, Марвел-АДЕЕЛ, Штип спроведува истражување на територијата на Југоисточниот, Источниот и Вардарскиот плански регион. Вашата соработка ќе овозможи формирање на што пообјективна слика на ситуацијата во реалниот сектор во овие три плански регион. Информациите кои ги споделувате со нас ќе бидат презентирани на кумулативен начин и Вашата анонимност ќе биде запазена.

1. Податоци за компанијата

Седиште на компанијата	
Претежна дејност	
Старост на компанијата	0 - 4 години 5 - 9 години 10 - 24 години повеќе од 25 години
Вкупно вработени	Микро (до 10 вработени) Мала (до 50 вработени) Средна (до 250 вработени) Голема (повеќе од 250 вработени)

2. Како би ја опишале финансиски 2023 година за Вашата фирма?

Работење со добивка	
Работење на граница на рентабилност	
Работење со загуба	
Не знам	

3. Како ја доживувате тековната деловна состојба во Р.С. Македонија?

Многу лоша	
Лоша	
Ниту лоша ниту добра	
Добра	
Многу добра	

4. Според Вас, кои се причините зошто луѓето во регионот не се одлучуваат да започнат сопствен бизнис?

Немање квалитетна идеја за бизнис	
Недостиг на финансиска поддршка	
Недоволна поддршка од најблиските, семејството	
Слаба информираност за можностите за започнување бизнис	
Непознавање на процесот за водење на бизнис (утврдување на бизнис модел, анализа на пазарот, правни регулативи и сл.)	
Страв од неуспех	



EU CONNECT
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

Друго, (наведете: _____)	
---------------------------	--

5. Дали сметате дека во Македонија постојат поволности кои помагаат при отварањето на сопствен бизнис ?

ДА	НЕ	Не знам / не се сеќавам
----	----	-------------------------

6. Ќе ви прочитам листа на аспекти од работењето на секој бизнис. Би сакале да Ве замолиме, секоја од нив да ги рангирате по важност (1 - најмалку важно / 5 - најважно) според тоа колку се важни за успешно работење / опстојување на Вашиот бизнис:

Аспекти на работењето	Ранг				
Економското опкружување	1	2	3	4	5
Обезбедување на финансии	1	2	3	4	5
Продажба	1	2	3	4	5
Даноци, ДДВ, фирмарина и сл.	1	2	3	4	5
Регрутација на вработени	1	2	3	4	5
Законски регулативи	1	2	3	4	5
Наемнина	1	2	3	4	5
Конкуренцијата	1	2	3	4	5
Менаџерско искуство и вештини	1	2	3	4	5
Деловни вештини	1	2	3	4	5
Електрична енергија	1	2	3	4	5
Инспекции и инспекциски надзори	1	2	3	4	5

7. Со какви проблеми најчесто се соочувате при секојдневното работење?

Проблеми со вработените	
Недостиг на финансии	
Долги административни/бирокуратски процедури	
Проблеми со инспекции / инспекциски надзори	
Проблеми во работењето како резултат на тековните (воени) конфликти	
Проблеми во работењето како резултат на тековната енергетска криза во светски рамки	



EU CONNECT
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

8. Дали во последниве 24 месеци сте побарале совет или информации за теми кои се рефлектираат на Вашиот бизнис?

ДА	НЕ	Не знам / не се сеќавам
----	----	-------------------------

9. Означете на кои теми беа информациите кои Ви беа потребни:

Растење на бизнисот	
Закон за вработување/отпуштање	
ИТ (Информатичка Технологија)	
Извоз во земји од ЕУ	
Финансиско советување – каде и како да добиете финансии	
Финансиско советување за сметководство и општо водење на финансиите во фирмата	
Здравје и безбедност при работа	
Иновации	
Правни прашања	
Онлајн промоција	
Специфични регулативи за дејноста на работење	
Електронска трговија	
Даноци/осигурување и наплати	
Поставување на фотонапонски централи (фотоволтаици) на имотите и покривите на објектите на фирмата	
Друго:	

10. Од каков тип на информации имате потреба:

Финансиски	Грантови	
	Кредитни линии	
	Субвенции	
	Даночни олеснувања	
Нефинансиски	Семинари	
	Работилници	
	Тренинзи за вработените	
	Менторска поддршка	
	Онлајн работење	
	Саеми и "matchmaking" настани	
	Совети и консултации за извоз во земји од ЕУ	
	Деловна соработка со фирми од ЕУ	
Вмрежување		



EU CONNECT
ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

11. Дали вашата компанија има сопствена веб страна на некој од јазиците кои се користат во ЕУ?

ДА	НЕ	Не знам / не се сеќавам
----	----	-------------------------

12. Дали вашата компанија е регистрирана на некој бизнис директориум / адресар (Europages European business directory или слично) во некоја од земјите членки на ЕУ?

ДА	НЕ	Не знам / не се сеќавам
----	----	-------------------------

13. Дали вашата компанија се промовира на некој странски пазар?

ДА	НЕ	Не знам / не се сеќавам
----	----	-------------------------

14. Дали во последниве 12 месеци вашата компанија била присутна на некоја саемска манифестација во ЕУ?

ДА, бевме присутни како излагачи	
ДА, бевме присутни само како посетители	
Не	

15. Дали вашата компанија поседува некој Сертификат потребен за работа во земјите членки на ЕУ?

ДА, поседуваме Сертификат за _____	
Моментално сме во процес на стекнување на Сертификат за _____	
Не, немаме потреба од никакви Сертификати за работа со компании од ЕУ	

16. Дали знаете што е тоа ESM (European Single Market)?

ДА	НЕ	Не знам
----	----	---------

17. Дали ги знаете придобивките од ESM (European Single Market)?

ДА	НЕ	Не знам
----	----	---------

18. Дали сметате дека вашата компанија или компаниите во Р. С. Македонија се подготвени да настапуваат на ESM (European Single Market)?

ДА, нашата компанија е подготвена за настап на ESM	
--	--



EU CONNECT

ЗАЈАКНУВАЊЕ НА БИЗНИСИТЕ ЗА
ЕВРОПСКИ УСПЕХ

ДА, компаниите во Р. С. Македонија се подготвени за настап на ESM	
Не, не сме подготвени	

Ви Благодариме на издвоеното време.



Содржината е единствена одговорност на авторите и на грантистот и на ниту еден начин не може да се смета дека ги одразува гледиштата и ставовите на Фондацијата Отворено општество- Македонија и на Фондациите Отворено општество- Западен Балкан.

OPEN SOCIETY
FOUNDATIONS
WESTERN BALKANS

 FOUNDATION ФОНДАЦИЈА
OPEN ОТВОРЕНО
SOCIETY ОПШТЕСТВО
MACEDONIA МАКЕДОНИЈА


LUDSKIP ZA USTANOVA I ANALETI
НОВУС