



Република Северна Македонија

ВЛАДА НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

**СТРАТЕГИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА НА ИЗВОЗОТ  
НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА 2024-2027,  
СО АКЦИСКИ ПЛАН 2024-2025**

Министерство за економија  
Република Северна Македонија

јануари, 2024 година

## Содржина

Резиме.....	3
1. Вовед.....	4
1.1 Резиме на областа на политиките опфатени со стратегијата и клучните правци на делување .....	4
1.2 Основ на обврска за подготвување и предлагање на стратегијата .....	9
1.3 Опис на поврзаноста и усогласеноста на стратегијата со други стратешки плански документи, стратегии и политики .....	10
1.4 Методолошки пристап во подготвувањето на стратегијата .....	11
1.5 Опис на процесот на вклучување на засегнатите страни во подготвувањето на стратегијата .....	12
2. Анализа на состојбата со надворешната трговска размена на Република Северна Македонија.....	13
2.1 Анализа на извозната структура на Република Северна Македонија.....	17
2.1.1 Земјоделие и прехранбена индустрија.....	19
2.1.2 Хемиска и сродни на неа индустрии .....	19
2.1.3 Метална и металопреработувачка индустрија .....	20
2.1.4 Машинска и електро индустрија .....	20
2.1.5 Автомобилска индустрија .....	21
2.1.6 Текстилната и индустријата за облека и обувки .....	22
2.1.7 Неметални минерали и производи од неметални минерали.....	23
2.1.8 Производи од дрво, хартија и мебел .....	23
2.1.9 ИКТ сектор .....	24
2.2 Анализа на улогата на слободните економски зони.....	25
2.3 Анализа на стратешки и потенцијални извозни пазари.....	26
2.4 Анализа на стратешки и потенцијални извозни сектори и производи.....	29
2.5 Анализа на тековната поддршка за извоз на претпријатијата .....	29
2.6 Анализа на опкружувањето и анализа на засегнатите страни .....	36
2.7 Предизвици .....	38
3. Стратешка рамка .....	43
3.1 Визија за развој на областа.....	43
3.2 Приоритетни области, општи и посебни цели .....	43
3.3 Резиме на политиките односно клучните правци на делување .....	46
3.4 Предлог мерки за остварување на општите и посебните цели .....	47
4. Рамка за следење, оценување и известување .....	61
5. Управување со ризици.....	68
6. Акциски план .....	70
7. Индикативен финансиски план.....	71
АНЕКС 1. Акциски план .....	74
АНЕКС 2. Топ 50 производи со најголеми извозни потенцијали .....	87

## Кратенки

АПП	Агенција за поддршка на претприемништвото
АСИПИ	Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот
БДП	Бруто домашен производ
ДЗС	Државен завод за статистика
ДТИРЗ	Дирекција за технолошко индустриски развојни зони
ЕУ	Европска унија
ЗФПИ	Закон за финансиска поддршка на инвестиции
ИКТ	Информатичка и комуникациска технологија
КИФ	Коморски инвестициски форум
МАГРЕБ	Алжир, Либија, Мауританија, Мароко и Тунис (северозападна Африка)
МАСИТ	Стопанска комора за информатички и комуникациски технологии
МЕ	Министерство за економија
МНР	Министерство за надворешни работи
ПЕР	План за економски раст
РБСМ	Развојна банка на Северна Македонија
СДИ	Странски директни инвестиции
СКСМ	Стопанска комора на Северна Македонија
ССК	Сојуз на стопански комори
СКСЗМ	Стопанска комора на северозападна Македонија
ФИТР	Фонд за иновации и технолошки развој

## Резиме

Интернационализацијата и економски развој предводен од извоз се клучни фактори за постигнување одржлив раст на Република Северна Македонија како мала отворена економија. Поради тоа во самата своја суштина, Стратегијата за промоција на извозот 2024-2027 е со визија која се однесува на интензивирање на процесот на интернационализација на македонската економија со цел диверзификација и зголемување на извозот, како и зголемување на домашната додадена вредност на извозот и интеграција во глобалните синџири на вредности.

Од анализата на извозната структура на земјата во изминатите 10-15 години, може да се констатира дека има одредено надградување и подобрување на истата. Во делот на извоз на стоки најголеми извозни потенцијали имаат машинската и електро индустрија, автомобилската индустрија, фабрикувани метали, хемиска и сродни на неа индустрии, прехранбена индустрија и пијалоци, и мал дел од индустрија за облека. Во однос на надворешната трговија со услуги се бележи постојан трговски суфицит. Од анализата на структурата на извозот на услуги пак може да се види дека најголемо учество во извозот на услуги имаат транспортните услуги, потоа следуваат телекомуникациските, компјутерските и информациските услуги; патувањето т.е. туристичките услуги итн.

Тргувајќи од фактот дека постои силна извозна концентрација во само неколку земји, приоритет во промоцијата и поддршката на македонскиот извоз паралелно со процесот на интензивирање на извозната активност на веќе етаблираните извозни пазари, треба да биде и диверзификацијата на извозот кон други земји, односно региони. Од големо значење е и зголемувањето на интеграцијата на домашните претпријатија во синџирите на снабдување на странските претпријатија во земјата и нивно регионално поврзување.

Предизвиците како подобрување на нивото на извозна комплексност, надградување на извозната структура, извоз кој се карактеризира со повисока додадена вредност, поголема конкуретност на приватниот сектор и претпријатија со поголем интензитет на извоз, се фокус на Стратегијата за промоција на извозот 2024-2027.

Тековната поддршка на претпријатијата кои имаат извозна активност се обезбедува преку повеќе владини програми и програми на владини и државни институции. Со Стратегијата за промоција на извозот 2024-2027 поддршката се унапредува со политики и мерки насочени кон следните сегменти: 1) подобрена деловна средина за поддршка на извоз; 2) подобро информирање и охрабрување на домашните претпријатија да започнат да извезуваат или да го унапредат извозот; 3) градење и зајакнување на севкупните извозните капацитети; 4) поголема промоција и поврзување на домашните извозни капацитети; и 5) олеснет и зголемен пристап до финансии преку поволни кредитни линии за извозници и управување со извозни ризици.

## 1. Вовед

За мала отворена економија како што е Република Северна Македонија, интернационализацијата и развојот предводен од извозот се клучни фактори за постигнување одржлив раст. Конкурентни производствени и услужни сектори придонесуваат за силен раст и перформанси, и зголемување на продуктивноста. Сегашната интеграција на Република Северна Македонија во светската трговија во голема мерка се потпира на тесна извозна база, која вклучува мала домашна додадена вредност. КОВИД-19 пандемијата изврши дополнителен притисок врз малите и средните претпријатија (МСП), наметнувајќи нови услови на работење и нови барања на пазарот. Затоа, потребен е широк опсег на добро координирани политики, засилена владина поддршка за промоција на извозот, одржлива интеграција во глобалните вредносни синџири и отворање дигитални продажни канали. Со таква поддршка, МСП можат да го прошират својот интернационален дофат, да ја подобрат продуктивноста, конкурентноста и да воведат иновативни практики.

Република Северна Македонија, треба да се стреми кон аплицирање на модел на раст кој ќе биде базиран на раст на извозната активност со посебен фокус на раст на нето извозот и фокус кон континуирано зголемување на домашната додадена вредност на извозот како единствен начин за намалување на трговскиот дефицит на земјата и поттикнување на економскиот раст на среден и долг рок.

### 1.1 Резиме на областа на политиките опфатени со стратегијата и клучните правци на делување

Економската теорија и досегашните практични искуства на брзорастечките економии, успешни примери, јасно укажуваат дека единствена стратегија за долгорочен и одржлив економски раст и развој на мали отворени економии е извозно ориентиран модел на раст. Процесот на глобализација во изминатиот период овозможи некои земји како што се Кина, Јужна Кореја, Ирска, Сингапур и други, значително да го забрзаат својот економски развој преку аплицирање на стратегија за извозно воден раст.

Со изработката на Стратегијата за промоција на извозот 2024-2027 (во натамошниот текст: Стратегијата) ќе се создаде стратешка рамка и акциски план со конкретни мерки и инструменти, со цел поголема поддршка во процесот на интернационализација на домашните претпријатија. Истовремено, Стратегијата треба да обезбеди поголема интеграција на домашните претпријатија во регионалните и глобалните синџири на снабдување, со посебен фокус кон зголемување на соработката со странските претпријатија во земјата.

Во суштината на Стратегијата за промоција на извозот е градење на системски пристап за поддршка на извозните претпријатија, во насока на

зголемување на нивната извозна подготвеност и поголема извозна промоција на регионалните и глобалните пазари. Истовремено, Стратегијата треба да го поттикне процесот на структурни промени на извозниот сектор со фокус на домашните извозни претпријатија и јакнење на нивните извозни перформанси. Крајната цел е поголем извоз со посебен фокус на зголемување на домашната додадена вредност на извозот т.е. зголемување на нето-извозот на земјата како основа за остварување на одржлив економски раст во иднина.

Ова е исклучително важно затоа што во изминатиот период сме сведоци на релативно високи стапки на раст на извозот, но без позначителни позитивни ефекти врз растот на економија што се должи токму на фактот за ниската домашна додадена вредност на извозот. Имено, во периодот од 2012 до 2022 година извозот на стоки бележи просечна стапка на раст од 10,6% (од 3,1 милијарди евра во 2012 година, на 8,3 милијарди евра во 2022 година), додека извозот на услуги расте со значително повисока стапка од 21% (од 316 милиони евра во 2012 година, на повеќе од 1,3 милијарди евра во 2022 година). Истовремено, просечната стапка на економски раст во истиот период изнесува 2,2%, што укажува дека корелацијата помеѓу извозот и растот на економијата е позитивна, но силата на таа врска не е значителна. Овој тренд на ниска корелациска поврзаност помеѓу извозот и растот на економијата продолжува и во 2023 година. Имено, во првиот квартал од 2023 година економијата бележи стапка на раст од 2%, додека вредноста на извозот бележи раст од 9,9%.

Дополнително, анализите за извозните перформанси на земјата покажуваат висока извозна концентрација од аспект на број на извозни претпријатија, број на извозни пазари и број на извозни производи. Имено, околу 5% од активните претпријатија во Република Северна Македонија извезуваат и овој процент е постојан во последните 10 години. 63% од извозниците се со интензитет на извоз (учество на извозот во прометот на претпријатието) до 24%. Значајно за истакнување е дека 74% од вредноста на стоковната размена на страната на извозот е концентриран кај 4% од извозниците т.е. кај големите претпријатија со над 250 вработени. Од друга страна, микро, малите и средните претпријатија (ММСП) иако сочинуваат 96% од извозните претпријатија, во вредноста на извозот учествуваат со 26%. 44% од извозот е концентриран кај првите 5 претпријатија извозници, а скоро 50% се реализира преку извозниците лоцирани во технолошко-индустриските развојни зони (ТИРЗ). Кон земјите членки на ЕУ, односно ЕУ, се реализира 78% од македонскиот извоз. Најголем дел од македонските извозници (54%) извоз реализираат само со една земја партнер. Иако бројот на извозници кои извезуваат во Западен Балкан е скоро еднаков со бројот на извозници кои извезуваат во ЕУ, вредноста на извозот е 6 пати помала. Пет подсектори од преработувачката индустрија учествуваат со 66% во вкупната вредност на извозот.

Истовремено, спроведената анализа укажува на релативно неповолна извозна структура на национално ниво, со исклучок на извозот од ТИРЗ каде има поволна извозна структура, со висока додадена вредност, но домашната додадена вредност е значително помала.

За потребите на Стратегијата беше направена анализа на извозните постигнувања на македонската економија заради утврдување на надворешно трговските тенденции на ниво на поединечен производ, сектор и пазар. Посебен фокус беше даден на идентификација на стратешките извозни производи и извозни пазари во изминатиот период.

Анализата за извозните сектори и извозните пазари со најголем потенцијал покажува дека Република Северна Македонија има компаративни предности, односно македонските претпријатија може да ги прошират и интензивираат активности во неколку извозни сектори како што се: примарно земјоделие и прехранбена индустрија; металопреработувачка, машинска и електро индустрија; хемиска индустрија вклучувајќи производи од пластика и гума; мебел и текстилна индустрија. И покрај тоа што секторот за автомобилски компоненти има се поголемо релативно учество во структурата на извозот како резултат на инвестициите и растот на извозот од странските инвеститори лоцирани во ТИРЗ, Република Северна Македонија нема позначителни предности во овој сектор. Дополнително, се поголемо значење и потенцијал има извозот на услуги, особено ИКТ услуги, што потврдува потреба еден дел од напорите да се насочи кон дополнително јакнење на услужниот извозен сектор кој има исклучително висока домашна додадена вредност. Од аспект на извозните пазари за нашата земја сеуште пазарот на ЕУ останува приоритет. Сепак треба да се работи на зголемување на извозот во повеќе различни земји членки на ЕУ, каде не се реализира голем извоз, со оглед на фактот што во моментот постои голема извозна концентрација на само неколку пазари на ЕУ (Германија, Унгарија, Бугарија, Италија и Грција). Истовремено, треба да се работи и на системски пристап за настап на други пазари како што се земјите од регионот на Југоисточна Европа, МАГРЕБ земјите, земјите од Блискиот Исток и други пазари.

Дополнително внимание е посветено на истражување на регионалните трговски можности за интензивирање на извозната активност на Република Северна Македонија во земјите од регионот, преку искористување на компаративните предности на домашните претпријатија наспроти претпријатијата од регионот. Исто така, беа анализирани тековните можности за поголема регионална интеграција на земјата заедно со другите земји од Западен Балкан. Имено, регионалната соработка нуди можности за создавање нови синџири на добавувачи и интегрирање во глобалните синџири на вредности и можности за поголема интеграција на регионот. Исто така, значајна можност нуди соработката во регионот во областите на паметна

специјализација, на едно повисоко ниво на соработка вклучувајќи ја академијата и бизнисот од регионот.

Анализирана беше и улогата на слободните економски зони во надворешно трговската размена на Република Северна Македонија, од аспект на учество на извозот од технолошко-индустриските развојни зони (ТИРЗ) во вкупниот извоз на земјата, како и структурата на извозот од ТИРЗ. Исто така, беше анализиран степенот на интеграција на домашната економија во синџирите на снабдување на странските претпријатија во слободните економски зони т.е. интензитетот и природата на соработка помеѓу домашните претпријатија и странските директни инвестиции (СДИ). Ова е исклучително значајно во насока на создавање на идни подобри мерки кои ќе бидат насочени кон остварување на една од целите на Стратегијата, односно зголемување на домашната додадена вредност, преку намалување на увозната компонента на извозот од ТИРЗ. Слободните економски зони имаат значајно учество во вкупниот извоз (околу 50%), со производи со повисока додадена вредност. Можностите се во поголема интеграција на малите и средни претпријатија во синџирот на добавувачи на претпријатијата активни во зоните.

Една од клучните препораки во рамки на Стратегијата е поголема инволвираност и активна партиципација и на стопанските комори, кластери и другите специјализирани тела за поддршка на извозот, како што се Националниот совет за извоз, Клубот на извозници при Стопанската комора на Северна Македонија (СКСМ) и други, во спроведувањето на Стратегијата, односно предложените политики и мерки кои се во насока на поддршка на извозните претпријатија.

Предложените мерки и политики во рамки на Стратегијата се насочени кон јакнење на извозната подготвеност на постоечките извозни претпријатија, но истовремено и градење на извозни капацитети на нови претпријатија. Дополнително, фокус на Стратегијата е формулирање на мерки за поголема извозна промоција на македонските извозно ориентирани претпријатија со цел пристап и освојување на нови пазари.

За подобрувањето на конкурентноста на македонските претпријатија заради подобро информирање, поттикнување промени и подготовка за зелената транзиција, воведување на дигитални решенија и иновативни процеси, имплементирање на нови форми на маркетинг алатки и слично, од големо значење е поефикасна поддршка и координација на владините мерки и мерките кои се спроведуваат преку разни донаторски проекти.

Клучните политики и мерки во рамки на Стратегијата се насочени кон следните сегменти:

- 1) Подобрена деловна средина за поддршка на извоз;
- 2) Подобрено информирање и охрабрување на домашните претпријатија да започнат да извезуваат или да го унапредат извозот;



- 3) Градење и зајакнување на севкупните извозните капацитети;
- 4) Поголема промоција и поврзување на домашните извозни капацитети;
- 5) Олеснет и зголемен пристап до финансии преку поволни кредитни линии за извозници и управување со извозни ризици.

Првиот сегмент се однесува на подобрена деловна клима за поддршка на извоз преку унапредување на правно-институционалната рамка за поддршка на извозот, ефикасен јавно-приватен дијалог, како и унапредување на трговската политика.

Вториот сегмент се однесува на подобро информирање и охрабрување на домашните претпријатија да започнат да извезуваат или да го унапредат извозот преку политики и мерки во насока на зголемување на свесноста на домашните претпријатија за отпочнувањето на извоз, односно оние кои веќе извезуваат унапредување и зголемување на истиот.

Третиот сегмент кој се однесува на јакнење на извозната подготвеност на претпријатијата опфаќа политики и мерки во насока на зголемување на производно-технолошките способности, како и менаџерските и маркетинг капацитети на претпријатијата, подобрување на квалитетот и иновативноста со цел градење на поголема конкурентност за настап на странски пазари.

Четвртиот сегмент кој се однесува на поголема извозна промоција предвидува политики и мерки во насока на поддршка на претпријатијата за настап на меѓународни саеми, Б2Б средби, купувачки мисии, дигитални алатки за промоција, е-трговија, програми за барање на трговски партнери, и други форми на промоција и олеснување на извозот.

Петтиот сегмент се однесува на пристапот до финансии преку поволни кредитни линии за извозници и управување со извозни ризици и вклучува политики и мерки во насока на зголемување на бројот на корисници и искористеност на инструментите на Развојната банка на Северна Македонија (РБСМ) кои се однесуваат на извоз, како и разни форми за пристап до финансии од повеќе европски програми за конкурентност, иновации, истражување и развој и слично. (Хоризонт Европа<sup>1</sup>, Програма за единствен пазар<sup>2</sup> итн.).

Дел од Стратегијата се и предлог мерките и активностите систематизирани во Акциски план кој треба да овозможи остварување на поставените цели за подобрување на извозните постигнувања на македонската економија и поголема промоција на македонскиот извоз како основа за забрзување на економскиот раст и развој на земјата. Предлог мерките и активностите во рамките на Акцискиот план се дефинирани врз основа на: анализа на постоечката поддршка на извозот преку сетот на инструменти кои тековно ги обезбедуваат различните институции надлежни за поддршка на приватниот сектор со цел зголемување на конкурентноста на македонската

---

<sup>1</sup> <https://www.horizon-eu.eu/>

<sup>2</sup> [https://commission.europa.eu/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/single-market-programme/overview\\_en](https://commission.europa.eu/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/single-market-programme/overview_en)

економија; анализа на добри практики од успешни земји во регионот и светот во делот на поддршка и промоција на извозот; анализирани пречки и бариери кои го ограничуваат извозот на домашните претпријатија; идентификувани споредбени предности и можности за македонските извозни претпријатија; и врз основа на резултатите од анализите за мапирање на стратешките извозни сектори, производи и пазари.

## 1.2 Основ на обврска за подготвување и предлагање на стратегијата

Заради потребата од унапредување на состојбите во областа, и со оглед на фактот дека во конкретната област на политика не постои стратешки плански документ, Министерството за економија во согласност со своите надлежности, пристапи кон подготвување на стратегија за промоција на извозот. Последната усвоена стратегија, „Стратегија за промоција на извозот и препораки за реорганизирање и унапредување на Агенцијата за странски инвестиции и промоција на извозот - Инвест Македонија“<sup>3</sup> е од 2011 година и се однесува за периодот 2011-2015, па затоа неопходно беше да се пристапи кон подготвување на нова стратегија за промоција на извозот, која ќе биде стратешка рамка за поддршка на процесот на интернационализација на претпријатијата и ќе помогне да се избегне дуплирање и можна неусогласеност на политиките во областа.

Обврската за подготвување на Стратегијата произлегува и од заклучок на Владата на Република Северна Македонија, каде Министерството за економија се задолжува да изработи стратегија за промоција на извозот.<sup>4</sup>

Донесувањето на стратегија за промоција на извозот и нејзиното значење е утврдено и во извештаите на Европската комисија за напредокот на Република Северна Македонија, во кои се истакнува важноста на стратегијата во однос на поддршката на претпријатијата да преминат кон активности со повисока додадена вредност (Извештај за напредок, 2022), потоа за подобрување на конкурентноста и интеграцијата на домашните претпријатија во глобалните вредносни синџири (Заеднички заклучоци на економско-финансискиот дијалог помеѓу Европската Унија и Западен Балкан и Турција, Мај 2023), и затоа се препорачува нејзино усвојување и започнување со имплементација (Извештај за напредок, 2023).

Покрај сето претходно наведено, предлагањето и подготвувањето на Стратегијата е утврдено и во долгорочниот стратешки документ Индустриска стратегија на Република Македонија 2018-2027<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Стратегијата нема акциски план (види стр.12 од Стратегија за конкурентност со акционен план на Република Македонија 2016-2020, од јануари 2016 година)

<sup>4</sup> Заклучок од 154-та седница на Владата на Република Северна Македонија од 16.05.2023 год., точка 52, подточка 2.

<sup>5</sup> Стратешка цел 4 - Стимулирање на извозот на преработувачката индустрија, односно Активност 4.1. Институционално зајакнување на извозната политика со фокус на преработувачката индустрија, Еден од клучните

### 1.3 Опис на поврзаноста и усогласеноста на стратегијата со други стратешки плански документи, стратегии и политики

Во поголем број стратешки плански документи во минатото, Република Северна Македонија има утврдено политики за подобрување на извозните перформанси на земјата. Два документи специфично се однесуваат на извозот и тоа Стратегијата за извоз на Република Македонија (1999), подготвена од страна на Македонската академија на науките и уметностите (МАНУ) во договор со Министерството за развој, а врз основа на Националната стратегија за економски развој на Република Македонија (1997); како и Стратегијата за промоција на извозот и препораки за реорганизирање и унапредување на Агенцијата за странски инвестиции и промоција на извозот - Инвест Македонија (2011), изработена за потребите на Министерството за економија и Агенцијата за странски инвестиции и промоција на извозот (АСИПИ), со меѓународна техничка помош, а со цел унапредување на извозот и зајакнување на капацитетите на АСИПИ.

Од тековните стратешки плански документи, а поврзано со поддршка на извозни активности, може да се издвојат Индустриската стратегија 2018-2027, во која преку низа мерки и активности во рамки на една од дефинираните стратешки цели (Стратешка цел 4) е предвидено стимулирање на извозот на преработувачката индустрија, потоа Стратегијата за МСП, Стратегијата за паметна специјализација и др. Покрај поддршката за извозните активности на претпријатијата која произлегува од стратешките документи, конкретна поддршка на бизнис секторот во поттикнување и развој на нивната конкурентност и интернационализација се обезбедува и преку повеќе владини програми, како и програми на владини и државни институции.

Заради постигнување поголеми синергетски ефекти и институционална усогласеност направено е поврзување и координирање на Стратегијата со останатите стратешки документи како што се Индустриската стратегија 2018-2027, Стратегијата за МСП, потоа Стратегијата за паметна специјализација, како и со стратешки документи кои се во фаза на подготовка (Националната развојна стратегија), и други национални стратешки документи. Истовремено, со Стратегијата се предлага поголема поврзаност и промоција на постоечките мерки кои што државата ги обезбедува преку различни програми и мерки како што се Законот за финансиска поддршка на инвестиции, мерките на Министерството за економија, Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство, АСИПИ, Фондот за иновации и технолошки развој (ФИТР), мерките на Агенција за поддршка на претприемништвото (АПП), Агенцијата за вработување, Развојната банка на Северна Македонија и други институции.

Стратегијата за промоција на извозот на Република Северна Македонија 2024-2027 е поврзана и усогласена со утврдениот стратешки приоритет на

---

индикатори на успех за активноста е „Одобрена извозна стратегија“. Индустриската стратегија 2018-2027 е усвоена на 102-ра седница на Владата на Република Македонија одржана на 13.11.2018 година.

Владата на Република Северна Македонија за 2023 година<sup>6</sup> „обезбедување забрзан, одржлив и инклузивен економски раст, повисок животен стандард и квалитет на живот на граѓаните“, односно со утврдената цел за негово остварување: „унапредување и олеснување на инвестициската клима и интернационализацијата на бизнисите“.

#### 1.4 Методолошки пристап во подготвувањето на стратегијата

При подготвувањето на Стратегијата клучни документи за спроведување на активностите беа Упатството за структурата, содржината и начинот на подготвување, спроведување, следење, известување и оценување на секторските и мултисекторските стратегии (Службен весник на Република Северна Македонија бр.122/2022 од 30.05.2022 година), како и Методологијата за начинот на подготвување, спроведување, следење, известување и оценување на секторските стратегии (мај, 2022). Сепак, со оглед на фактот дека голем број од активностите поврзани со подготовка на Стратегијата беа спроведени и веќе отпочнати пред да бидат донесени Упатството и Методологијата (Министерството за економија со локални експерти од февруари 2022 година започна активности за подготвување на Стратегијата), во подоцнежната фаза се направи максимален напор за што поголема усогласеност со насоките дадени во наведените документи.

Во процесот на подготвување на Стратегијата беа реализирани лице-во-лице интервјуа со претставници на извозни претпријатија од различни сектори; интервјуа со претставници на надлежни државни институции поврзани со извозот и консултации со најголемите стопански комори.<sup>7</sup> Дополнително, беше организирана фокус група со поголеми домашни извозни претпријатија.

Изработена беше и SWOT анализа на извозниот сектор со цел идентификување на компаративните предности на македонските извозни претпријатија во однос на претпријатијата од регионот и пошироко. SWOT анализата е резултат од електронска анкета (полу-структуриран прашалник) во која учествуваа извозни претпријатија.

Низ процесот беа направени повеќе статистички анализи, а беа идентификувани и повеќе извозни предизвици. Беше спроведена детална анализа на извозните постигнувања и анализа на извозната структура на македонската економија.

Покрај директната комуникација со клучните чинители беше извршено и мапирање на тековни национални документи на Република Северна Македонија преку кои се обезбедува поддршка на претпријатијата кои имаат

---

<sup>6</sup> Одлука за утврдување на стратешките приоритети на Владата на Република Северна Македонија во 2023 година - Службен весник на Република Северна Македонија, бр.122/2022 од 30.05.2022 година

<sup>7</sup> Во процесот на изработка на стратегијата беше спроведено анкетно истражување врз база на онлајн анкетен структуриран прашалник (51), телефонски и лице во лице интервјуа (19) со претставници на извозни претпријатија и надлежни институции, како и организирана фокус група со извозни претпријатија. Во овој процес беа консултирани повеќе од 70 извозни претпријатија и повеќе од 10 надлежни институции, стопански комори и други чинители.

извозна активност. Анализирани беа национални секторски и мултисекторски стратегии, стратешки планови на државни институции, владини и државни програми за поддршка и развој, закони, уредби, упатства итн. се со цел постигнување што поголема координираност и усогласеност на Стратегијата со истите. Покрај националните документи во процесот на подготовка на Стратегијата се анализираа и извештаи изработени од меѓународни организации кои содржеа препораки за подобрување на извозот на Република Северна Македонија, како и извозни стратегии и програми за поддршка на повеќе земји од светот (Обединетото Кралство, Австрија, Унгарија, Чешка, Полска, Турција и др.). Идентификувани и анализирани беа и идни регулаторни барања/услови (како на пример CBAM, Eco-design, CSDDD) кои директно или индиректно може да влијаат на извозот во ЕУ и други целни пазари.

Сите информации и податоци прибрани и обработени во фазата на подготовка на Стратегијата, беа сублимирани и дискутирани со чинителите на извозниот екосистем. Блиската соработка ќе го олесни спроведувањето на Стратегијата, односно спроведувањето на предложените политики и мерки за поддршка на извозните претпријатија, и ќе придонесе да има зголемена и поактивна вклученост на сите чинители, а особено на стопанските комори, кластерите и другите специјализирани тела за поддршка на извозот.

## **1.5 Опис на процесот на вклучување на засегнатите страни во подготвувањето на стратегијата**

Во фазата на подготовка на Стратегијата, Министерството за економија презема низа активности, се со цел што поголемо вклучување и придонес на чинителите на извозниот екосистем, како и градење на општо прифатлив концепт за промоција на извозот.

Консултации со засегнатите страни се вршеа преку состаноци, како и преку доставување на барање за писмени мислења, забелешки и сугестии. Реализирани беа состаноци и јавни расправи со извозници, стопански комори и други релевантни институции (Клуб на извозници, Национален совет за извоз...), како и постојни донатори во земјата кои работат во областите опфатени со Стратегијата.

Засегнатите страни, односно чинители на извозниот екосистем имаа можност и преку лице-во-лице и телефонски интервјуа, одговарање на анкетен прашалник, како и преку организирана фокус група да дадат придонес во подготвувањето на Стратегијата.

Од процесот на консултации со засегнатите страни произлегоа повеќе конструктивни предлози кои беа вградени во Стратегијата, што придонесе за нејзино дополнително структурно и содржинско подобрување.

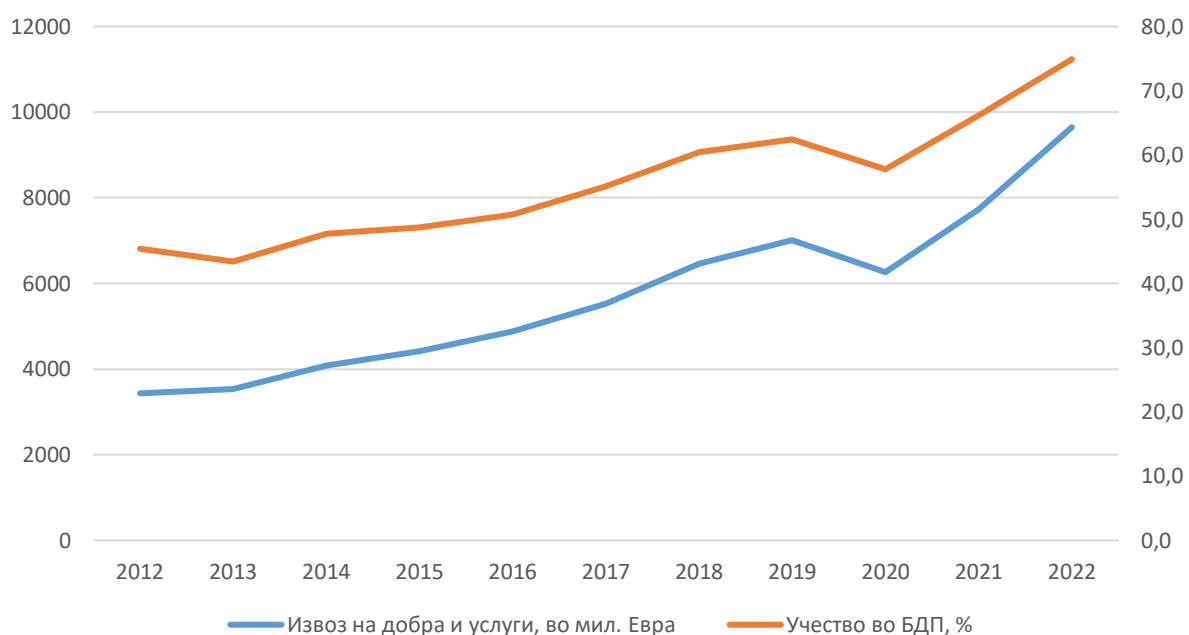
## 2. Анализа на состојбата со надворешната трговска размена на Република Северна Македонија

Македонската економија во изминатиот период бележи значителен пораст на извозот и покрај светската финансиска криза 2007/2008 година, должничката европска криза во 2011/2012 година, Ковид-19 кризата во 2020 година, како и кризата со воениот конфликт во Украина во 2022 година, кои имаа негативни ефекти врз извозот. Имено, во периодот од 2012 до 2022 година извозот на стоки бележи просечна стапка на раст од 10,6% (од 3,1 милијарди евра во 2012 година, на 8,3 милијарди евра во 2022 година), додека извозот на услуги расте со значително повисока стапка од 21% (од 316 милиони евра во 2012 година, на повеќе од 1,3 милијарди евра во 2022 година).

Истовремено, релативното учество на извозот на добра и услуги како процент од бруто домашниот производ (БДП) бележи зголемување од 45% во 2012 година, на повеќе од 75% во 2022 година (раст од 30 процентни поени), што претставува значителна позитивна тенденција во анализираниот период.

Трговската размена по производи покажува дека во извозот на стоки најголемо е учеството на катализаторите на носачи со благородни метали или нивни соединенија; сетовите на проводници за палење и слично, за возила, авиони или бродови; деловите на седишта од подгрупата 821.1; и други катализатори на носачи, додека во извозот на услуги најголемо учество има ИКТ секторот; транспорт и логистика; и туризам.

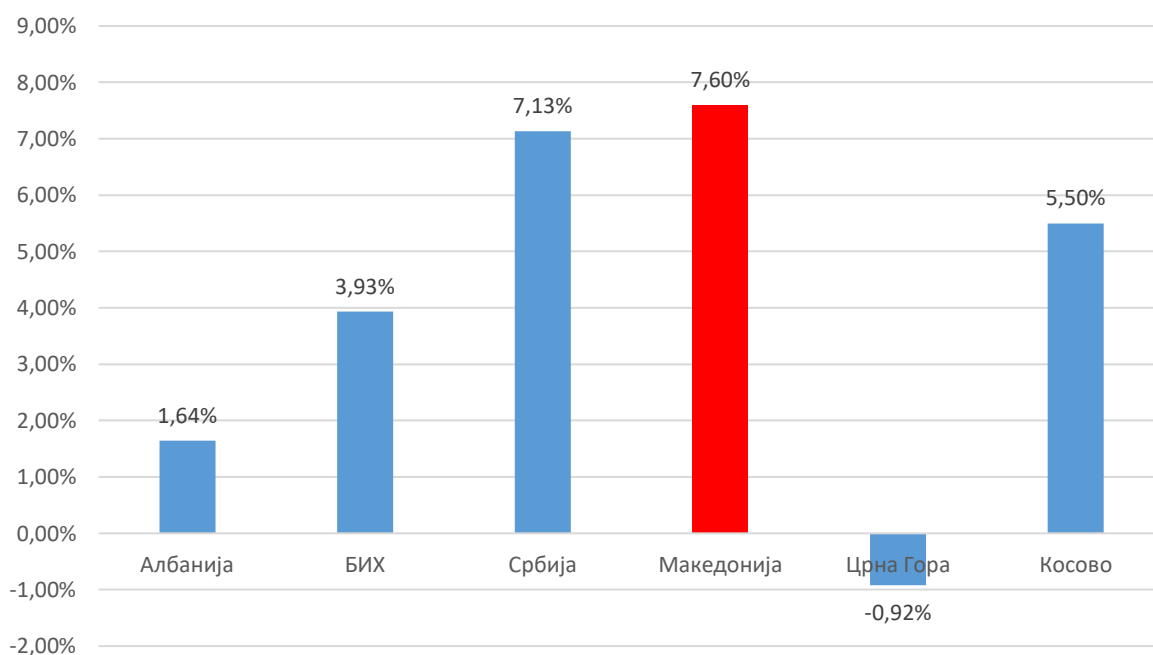
Слика 1. Вредност на извоз и релативно учество на извозот во БДП на Република Северна Македонија (2012-2022)



Извор: Пресметки врз база на податоци од ДЗС

Овие постигнувања на извозот во анализираниот период ја рангираат Република Северна Македонија во групата на земји со највисока стапка на раст на извозот во рамките на регионот на Западен Балкан. За илустрација, Република Северна Македонија има просечна стапка на раст на извозот на добра и услуги во периодот од 2011 до 2020 година од 7,6%, Србија 7,13%, Албанија 1,7%, Косово 5,5%, Босна и Херцеговина 3,9%. Црна Гора забележува негативна просечна стапка на раст од -0,92% поради падот на извозот на добра и услуги во 2020 година за цели 47%.

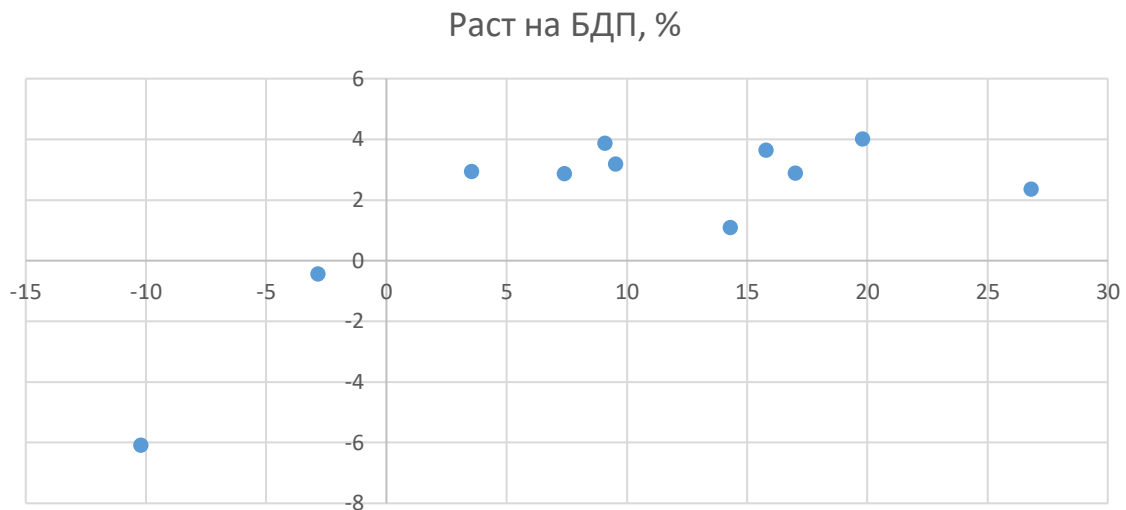
Слика 2. Вредност на извоз и релативно учество на извозот во БДП на земјите од регионот на Западен Балкан



Извор: Пресметки врз база на податоци од Светска Банка

Сепак, она што останува неповолно во случајот на Република Северна Македонија е фактот што ваквиот пораст на извозот, особено извозот на стоки кој има доминантно учество во вкупниот извоз, не придонесува за позначителен раст на економијата. Имено, просечната стапка на економски раст во истиот период изнесува 1,9%, што укажува дека корелацијата помеѓу извозот и растот на економијата е позитивна, но силата на таа врска не е значителна.

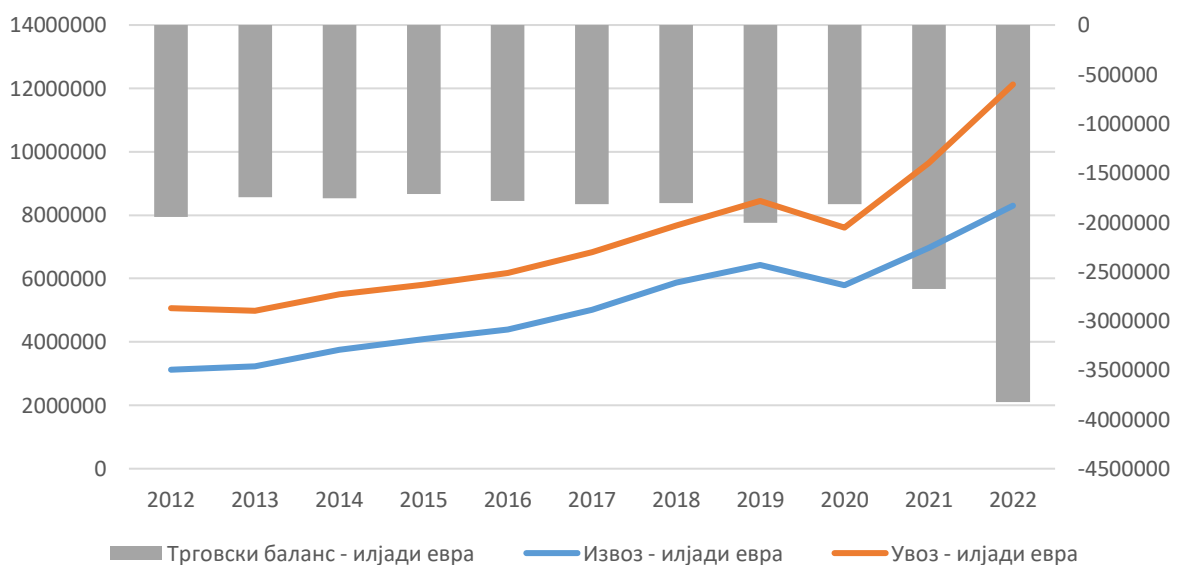
Слика 3. Корелација помеѓу извозот и растот на БДП на Република Северна Македонија



Објаснувањето на слабата корелација помеѓу извозот и растот на македонската економија треба да се бара во ниската додадена вредност т.е. висока „увозна компонента“ на извозот.

Имено, податоците укажуваат дека увозот на стоки расте со просечна стапка од 9,6% во периодот од 2012 до 2022 година, што значи дека динамиката на раст на вредноста на увозот е поголема од динамиката на раст на вредноста на извозот. Ова се рефлектира во хроничен трговски дефицит и неповолен трговски биланс на земјата кој секоја година се продлабочува и влошува. Имено, трговскиот дефицит бележи тенденција на пораст од 1.946 милиони евра во 2012 година на 3.825 милиони евра во 2022 година (или зголемување за 1.879 милиони евра).

Слика 4. Трговски биланс на Република Северна Македонија, 2012-2022



Извор. ДЗС



Најголемата причина за ниската додадена вредност на извозот е исклучително високата увозна компонентна на извозот на странските претпријатија во ТИРЗ, што пак се должи на незначителната интегрираност на домашните претпријатија во синџирите на снабдување на странските претпријатија како нивни добавувачи. За илустрација, вкупниот извоз од ТИРЗ зоните во 2021 година изнесува 3 милијарди евра, додека вкупниот увоз во истиот период е 2,9 милијарди евра, што значи дека нето-извозот како домашна додадена вредност не е поголем од 100 милиони евра (или помалку од 3% од вкупниот извоз од ТИРЗ).

Дополнително, не помалку важна причина за ниската додадена вредност на извозот е неповолната извозна структура на домашните претпријатија. Имено, најголем дел од домашните претпријатија извезуваат производи со мала додадена вредност и низок степен на финализација.

За илустрација, доминантни извозни производи на домашните претпријатија се производи од текстилната индустрија, облека, примарно земјоделие и прехранбена индустрија, руди и базични метали, а додека во вкупниот извоз на стоки најголемо е учеството на катализаторите на носачи со благородни метали или нивни соединенија, сетовите на проводници за палење и слично, за возила, авиони или бродови, деловите на седишта од подгрупата 821.1 и други катализатори на носачи, кои се произведуваат воглавно во слободните економски зони.

Важно да се истакне за надворешната трговска соработка е дека Република Северна Македонија е потписник на три мултилатерални договори за слободна трговија:

- 1) Договор за стабилизација и асоцијација со земјите-членки на ЕУ, Спогодба за стабилизација и асоцијација помеѓу Република Македонија и Европската Заедница;
- 2) Договор за слободна трговија меѓу Република Македонија и ЕФТА државите и
- 3) Договор за изменување и пристапување на Централно европскиот договор за слободна трговија - ЦЕФТА: Албанија, Босна и Херцеговина, Северна Македонија, Молдавија, Црна Гора, Косово и Србија.

Дополнително, Република Северна Македонија е дел од иницијативата за Заеднички регионален пазар и Отворен Балкан чија цел е креирање рамка за слободна трговија на стоки, услуги, капитал и луѓе помеѓу земјите од Западен Балкан.

Покрај мултилатералните, Република Северна Македонија има потпишано и три билатерални договори за слободна трговија:<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> <https://customs.gov.mk/index.php/mk/biznis-zaednica-mk/presmetka-na-davacki-mk/poteklo-mk/1304-poteklo-spodgodbi-mk>

- 1) Договор за слободна трговија меѓу Република Македонија и Република Турција и
- 2) Договор за слободна трговија меѓу Република Македонија и Украина
- 3) Спогодба за партнерство, трговија и соработка помеѓу Обединетото Кралство на Велика Британија и Северна Ирска и Република Северна Македонија

Овие погоре споменати договори и овозможуваат на Република Северна Македонија бесцарински пристап до повеќе од 650 милиони потрошувачи.

## 2.1 Анализа на извозната структура на Република Северна Македонија

Она што е многу поважно од анализата на извозните постигнувања на Република Северна Македонија е деталното проучување на извозната структура. Ако ја погледнеме структурата на извозот на Република Северна Македонија, од аспект на релативно учество на одделни индустрии во вкупниот извоз на земјата, ќе забележиме дека доминантно учество имаат машинската и електро индустријата, автомобилската индустрија, хемиската и сродни на неа индустрии, металната и металопреработувачката индустрија, текстилната индустрија и индустријата за облека. Значајна улога во извозната структура на македонската економија сè уште има примарното земјоделие и прехранбената индустрија.

Од анализата на структурата на извозот на стоки може да се констатира дека хемиската и сродни на неа индустрии (вклучувајќи ја фармацевтската индустрија и производи од пластична маса) со вкупна извозна вредност од 1.928 милиони евра имаат 29,8% од вкупниот извоз на земјата, што ги прави најзначајни извозни сектори.

Слика 5. Извозна структура на Македонија по индустрии, 2021 година

Хемиска и сродни на неа индустрии 29.85%	Метална и металопреработувачка индустрија 13.7%	Минерали и минерални производи 5.8%	Дрво, производи од дрво и мебел 3.8%
	Индустрија за моторни возила и делови 10.5%	Примарно земјоделие 2.7%	
Машинска и електро индустрија 20.48%	Текстилна индустрија, облека и производи од кожа 7.5%	Прехранбена индустрија 5.8%	Други индустрии 1.5%

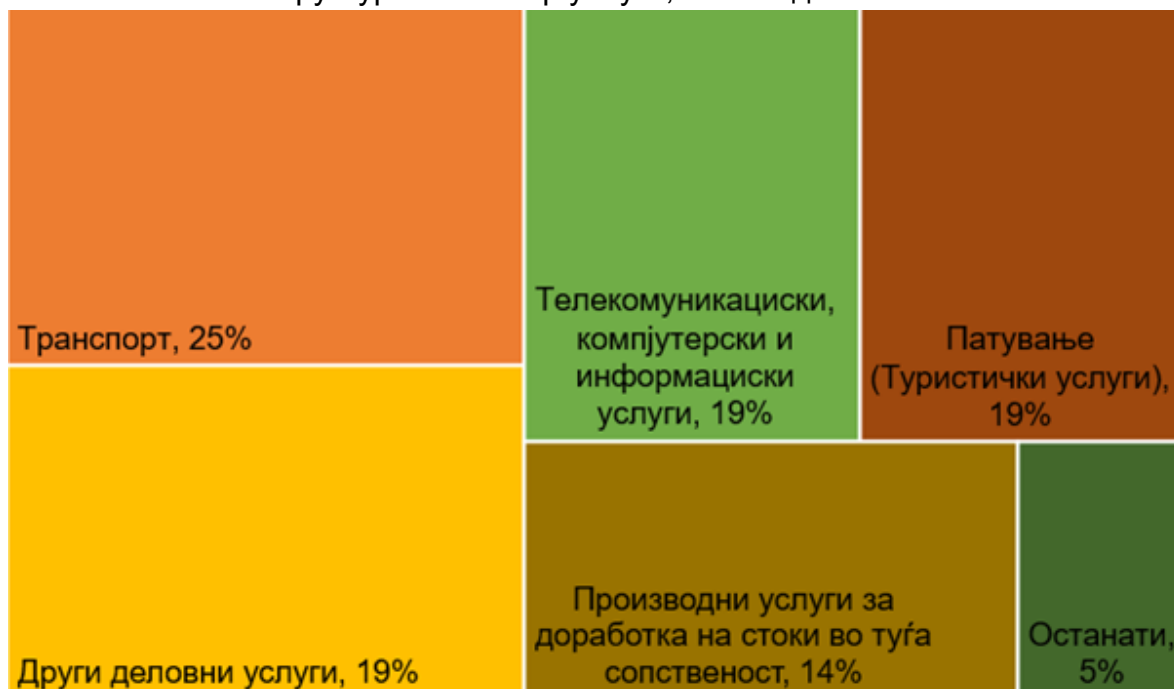
Извор: Пресметка врз база на податоци од ДЗС

Втора по важност индустрија за македонскиот извоз е машинската и електро индустријата. Овие индустрии имаат вкупна извозна вредност од 1.415 милиони евра или 20,4% од вкупниот извоз на земјата. Третиот сектор со најголемо релативно учество во вкупниот извоз на земјата е металната и металопреработувачката индустрија со вкупна извозна вредност од 946 милиони евра или 13,7% од вкупниот извоз на земјата, итн.

На прв впечаток извозната структура не е толку неповолна имајќи во предвид дека доминантно учество имаат хемиската и сродни на неа индустрии како и машинската и електро индустријата, кои важат како индустрии со доста високо ниво на комплексност. Од споредбата на извозната структура на земјата во изминатите 10-15 години, може да се констатира дека има одредено надградување и подобрување на истата. Имено, доминантни извозни сектори во 2010 година биле металургија, базични метали, текстилна индустрија и облека, додека денес доминантно учество имаат хемиската и сродни на неа индустрии, машинската и електро индустријата, металната и металопреработувачката, како и автомобилската индустрија.

Во однос на извозот на услуги констатацијата е дека се бележи постојан трговски суфицит. Анализата на структурата на извозот на услуги покажува дека транспортните услуги учествуваат со 25%, потоа следуваат телекомуникациски, компјутерски и информациски услуги; патување (т.е. туристички услуги) и други деловни услуги, сите со по 19%, а со 14% учество се производните услуги за доработка на стоки во туѓа сопственост (Слика 6).

Слика 6. Извозна структура на сектор услуги, 2021 година



Извор: Пресметка врз база на податоци од НБРСМ - Платен биланс

### 2.1.1 Земјоделие и прехранбена индустрија

Примарното земјоделие и прехранбената индустрија од секогаш биле стратешки извозни сектори. И покрај тоа што овие извозни сектори бележат намалување на нивното релативно учество во вкупниот извоз на Република Северна Македонија во изминатите 10-тина години, што се должи на значителниот раст на извозот на други сектори кои се доминантни во ТИРЗ, сепак, примарното земјоделие и прехранбената индустрија сè уште остануваат значајни извозни сектори со голем потенцијал за понатамошен развој. Ова се потврдува со фактот што истите имаат континуиран раст, во апсолутен износ, во изминатиот период. Имено, во изминатите 10 години е забележан раст на извозот на земјоделски и прехранбени производи од 267 милиони евра во 2011 година на 389 милиони евра во 2021 година или во просек извозот на земјоделски и прехранбени производи бележи раст од 4,25% годишно. Помал раст е забележан кај извозот на пијалоци и тутун. Имено, извозот на пијалоци (алкохолни и неалкохолни) има раст, од 59 милиони евра во 2011 година на 67 милиони во 2021 година, додека извозот на тутун и производи од тутун има раст, од 93,4 милиони евра во 2011 година на 128,1 милиони евра во 2021 година.

### 2.1.2 Хемиска и сродни на неа индустрии

Хемиската и сродни на неа индустрии претставуваат сектори со најголема вредност на извозот и најголемо релативно учество во вкупниот извоз на земјата. Имено, вредноста на извозот во 2021 година достигна 1 милијарда и 928 милиони евра или 28% од вкупниот извоз на земјата. Истовремено, овој сектор заедно со автомобилската, металната и машинската индустрија се најбрзо растечки извозни сектори. Во периодот од 2011 до 2021 година просечната стапка на раст на извозот на овие сектори изнесува 20% (зголемување на вредноста на извозот од 552 милиони евра во 2011 година на 1.928 милиони евра во 2021 година). Она што го прави овој сектор значаен е фактот што Република Северна Македонија извезува 52 производи со компаративна предност во рамките на хемиската и сродните на неа индустрии, што е повеќе од 10% од вкупниот број на производи што земјата ги извезува со компаративна предност.

Дополнително, резултатите од анализата која се однесува на бројот на извозни претпријатија и извозни производи укажува дека постои силна извозна концентрација. Имено, вкупната извозна вредност на хемиската и сродни на неа индустрии од 1.928 милиони евра во 2021 година е создадена од 161 претпријатие кои извезуваат 101 производи со вредност поголема од 200.000 евра, од кои 9 производи од неорганска хемија, 3 производи од органска хемија, 34 производи од групата други хемиски производи, 11 фармацевтски производи и 44 производи од пластична маса. Уште поголема илустрација за силната извозна концентрација е параметарот дека првите 10 извозни производи создаваат повеќе од 91,8% од вкупниот извоз на овие сектори.

### 2.1.3 Метална и металопреработувачка индустрија

Металната и металопреработувачката индустрија е една од стратешките извозни сектори за економијата на Република Северна Македонија. За илустрација, во изминатите 10 години е забележан раст на извозот на базични и фабрикувани метали од 630 милиони евра во 2010 година на 863 милиони евра во 2021 година. И покрај тоа што се забележуваат години кога има пад на извозот, сепак, извозот на базични и фабрикувани метали во анализираниот период во просек бележи раст од 4,2% годишно.

Анализата на извозните перформанси укажува дека групата производи од железо и челик со вредност на извозот од 635 милиони евра во 2021 година се доминантни извозни производи во рамките на секторот базични метали, додека фабрикувани производи од железо и челик со вредност на извоз од 258 милиони евра се доминантни извозни производи во рамките на секторот фабрикувани метали. Многу помало учество имаат обоените метали и фабрикувани производи од обоени метали кои со вкупен извоз од 55 милиони евра во 2021 година учествуваат во вкупниот извоз на земјата со помалку од 1%. За споредба, базичните и фабрикуваните производи од железо и челик имаат релативно учество од 12,9% во вкупниот извоз на земјата.

Она што го прави овој сектор значаен е фактот што Република Северна Македонија извезува 51 производ со компаративна предност во рамките на базични и фабрикувани метали што е повеќе од 10% од вкупниот број на производи што земјата ги извезува со компаративна предност. Дополнително, резултатите од анализата која се однесува на бројот на извозни претпријатија и извозни производи укажува дека постои силна извозна концентрација. Имено, вкупната извозна вредност на базични и фабрикувани метали од 946 милиони евра во 2021 година е создадена од 178 претпријатија кои извезуваат 94 производи со вредност поголема од 200.000 евра. Уште поголема илустрација за силната извозна концентрација е параметарот дека првите 10 извозни производи создаваат повеќе од 85% од вкупниот извоз на овие сектори.

### 2.1.4 Машинска и електро индустрија

Машинската и електро индустријата се исто така едни од стратешките извозни сектори за македонската економија од аспект на вредноста на извозот, релативното учество и динамиката на раст во изминатиот период. Во изминатите 10 години е забележан раст на извозот на машинската и електро индустријата од 253 милиони евра во 2010 година на 1 милијарда и 415 милиони евра во 2021 година или во просек стапката на раст на извозот во анализираниот период изнесува 25,5%, што ги прави овие две индустрии едни од најсилно растечки извозни сектори.

Анализата на извозните постигнувања укажува дека машинската индустрија со вредност на извозот од 857 милиони евра во 2021 година има 12,4% релативно учество во вкупниот извоз на земјата, вредноста на извозот на електро индустријата е 504 милиони евра или 7,3% од вкупниот извоз на

земјата, додека извозот на компјутери, електронски и оптички производи има значително помало релативно учество во вкупниот извоз на земјата од само 0,78% или во апсолутен износ извоз од 54 милиони евра. Она што исто така треба да се потенцира е фактот што од вкупно 461 производ кои земјата ги извезува со компаративна предност, 32 производи (12 производи од машинска индустрија и 20 производи од електро индустрија) или 7% се производи од машинската и електро индустријата.

Дополнително, резултатите од анализата која се однесува на бројот на извозни претпријатија и извозни производи укажува дека постои силна извозна концентрација. Имено, вкупната извозна вредност на машинската и електро индустријата, заедно со извозот на компјутери, електронски и оптички производи, е создадена од 84 претпријатија (48 извозни претпријатија од машинската индустрија и 36 извозни претпријатија од електро индустријата) кои извезуваат 99 производи (55 производи од машинска индустрија и 44 производи од електро индустријата) со вредност поголема од 200.000 евра. Уште поголема илустрација за силната извозна концентрација е параметарот дека првите топ 10 извозни производи од машинска индустрија создаваат повеќе од 95% од вкупниот извоз на секторот, додека првите топ 10 извозни производи од електро индустријата создаваат 89% од вкупниот извоз на секторот.

#### 2.1.5 Автомобилска индустрија

Со влегувањето на странските инвеститори и претпријатија во земјата, како резултат на активните политики за привлекување на СДИ преку формирање слободни економски зони и активното промовирање на Република Северна Македонија како поволна дестинација за инвестиции, автомобилската индустрија стана еден од најзначајните извозни сектори. Тоа се претпријатија кои произведуваат компоненти за автомобилската индустрија и на тој начин значајно придонесуваат во вкупниот извоз на земјата. Имено, вкупниот извоз на овој сектор во 2021 година достигна вредност од 731 милиони евра или 10,55% релативно учество од вкупниот извоз на земјата.

Секторот бележи голем раст од 2013 година со исклучок на 2020 година и 2021 година кога се забележува стагнација и пад на извозот поради Ковид-19 кризата, падот на светската и европската побарувачка за автомобили и прекините во глобалните синџири на снабдување. Имено, во анализираниот период од 2011 до 2021 година просечната стапка на раст на извозот на автомобилската индустрија изнесува 50%. Дополнително, анализата на извозните постигнувања на автомобилската индустрија покажува дека вкупниот извоз е создаден од мал број претпријатија. Имено, само 30 претпријатија го создаваат вкупниот извоз од 730 милиони евра што е потврда за силната извозна концентрација од аспект на број на извозни претпријатија. Потврда за силната извозна концентрација на овој сектор е податокот дека првите топ 10 извозни производи учествуваат со над 90% од вкупниот извоз на овој сектор,

додека претпријатијата во овој сектор извезуваат само 8 производи со компаративна предност и 30 производи со вредност поголема од 200.000 евра.

Она што исто така е неповолно за овој сектор, покрај високата извозна концентрација по сите основи, е тоа што речиси сите 30 извозни претпријатија кои извезуваат автомобилски делови и компоненти се странски претпријатија лоцирани во и надвор од ТИРЗ, при што истите имаат многу мала соработка со домашните претпријатија. Поради тоа, позитивните мултипликативни ефекти од извозот на автомобилската индустрија за македонската економија се прилично мали од аспект на вредноста на домашната додадена вредност на тој извоз (вклучување на домашни претпријатија во синџирите на снабдување на странските претпријатија, поттикнување на вработеноста, како и трансферот на знаење и технологија кон домашниот приватен сектор).

#### 2.1.6 Текстилната и индустријата за облека и обувки

Текстилната индустрија и индустријата за облека и обувки се сектори со голема извозна традиција во Република Северна Македонија, поради што земјата се вбројува во групата на земји во Европа кои се препознатливи по извозот на текстилни производи и облека. Сепак, и покрај тоа што извозот на текстилни производи, облека и производи од кожа имаат сеуште релативно значајно учество од 7,5% во вкупниот извоз на земјата, тенденциите се прилично неповолни. Имено, просечната стапка на раст на извозот на текстилни производи, облека и производи од кожа во последните 10 години е негативна и тоа е резултат на континуируаниот пад во целиот изминат период. Извозот на овие индустрии во 2014 година изнесувал 642 милиони евра, додека во 2021 година вредноста на извозот е намалена за 125 милиони евра и изнесува 517 милиони евра. Во контекст на извозните постигнувања постои поголема извозна диверзификација од аспект на бројот на извозни претпријатија и извозни производи. Имено, вкупниот извоз на овие сектори е создаден од 253 извозни претпријатија, од кои 209 се претпријатија од текстилната индустрија и индустријата за облека. Вкупниот број на производи кои се извезуваат со компаративна предност е 161 производ од кои најголем број се облека и текстилни производи, додека 157 производи се извезуваат со вредност поголема од 200.000 евра.

Предизвик за овие сектори е високата извозна концентрација од аспект на пазарите и бројот на трговски партнери. Имено, најголем извозен пазар за македонската текстилна индустрија и индустријата за облека е Германија, додека производите од кожа во најголем дел се пласираат на пазарот во Италија. Анализите покажуваат дека најголем број од извозните претпријатија од овие сектори работат со мал број трговски партнери што ја прави оваа индустрија прилично сензитивна на мали негативни промени кај клучните извозни пазари и трговски партнери. Република Северна Македонија веќе ја губи конкурентската предност на концептот на лон производство базиран на релативно евтина работа сила, а дополнителен бизнис модел за производство и извоз на сопствени марки и брендови не е создаден од страна на текстилните

извозни претпријатија што го доведува во прашање дополнителниот развој на оваа индустрија во наредниот период.

#### 2.1.7 Неметални минерали и производи од неметални минерали

Неметалните минерали и производите од неметалните минерали претставуваат традиционален извозен сектор во Република Северна Македонија. Вредноста на извоз на овој сектор во 2021 година изнесувала 469 милиони евра (од кои 422 милиони евра извоз на минерали, додека 47 милиони евра се производи од минерали) или 6,8% од вкупниот извоз на земјата. Ако се спореди вредноста на извозот на овој сектор со 2012 година може да се забележи дека кумулативниот раст за анализираниот период од 2012 година до 2021 година изнесува 20% (или 2% просечна стапка на раст во период од 10 години) или во апсолутен износ зголемувањето на извозот е за 79 милиони евра. Тоа зголемување се должи на зголемување на вредноста на извозот на минерали за 60 милиони евра, додека извозот на производи од минерали е зголемен за 19 милиони евра. Ова укажува дека за овој сектор, и покрај тоа што сеуште има значајно релативно учество во вкупниот извоз на земјата, динамиката на раст на извозот е значително помала од сите други извозни сектори.

Анализата на извозните постигнувања на овој сектор покажува дека има вкупно 116 извозни претпријатија, 40 производи кои се извезуваат со компаративна предност и 46 извозни производи со вредност на извоз поголема од 200.000 евра.

Она што и кај овој сектор е неповолно е високата извозна концентрација од аспект на учеството на првите топ 10 производи во вкупниот извоз на секторот. Имено, првите 10 извозни производи кај неметални минерали е 96%, додека кај производи од минерали првите топ 10 извозни производи учествуваат со 91%.

#### 2.1.8 Производи од дрво, хартија и мебел

Овој сектор со значителната динамика на раст, особено индустријата за мебел станува еден од важните извозни сектори. Имено, овој сектор бележи раст на извозот од 38 милиони евра во 2011 година на 364 милиони евра во 2021 година, што значи просечна стапка на раст од 21% годишно. Растот се должи најмногу на зголемувањето на извозот на мебел од 20 милиони во 2011 година на 231 милиони евра во 2021 година.

Во 2021 година релативното учество на овој сектор во вкупниот извоз на Република Северна Македонија достигна 3,8% благодарение на извозот на мебел. Извозот е генериран од 222 извозни претпријатија, од кои 116 се претпријатија од индустријата за мебел. Вкупниот број на производи кои се извезуваат со компаративна предност е 23 производи од кои најголем број се производи од дрво, додека 36 производи се извезуваат со вредност поголема од 200.000 евра.



Она што останува како генерална карактеристика кај сите сектори е високата извозна концентрација. Имено, првите топ 10 извозни производи од индустријата за мебел учествуваат со 98% во вкупниот извоз на овој сектор, додека нешто помала е извозната концентрација кај индустријата за дрво, плута и хартија каде првите топ 10 извозни производи учествуваат со 74% во вкупниот извоз на секторот.

#### 2.1.9 ИКТ сектор

Секторот информатичка и телекомуникациска технологија (ИКТ сектор) претставува најзначаен и најбрзорастечки извозен сектор во Република Северна Македонија. Имено, анализите покажуваат дека извозот на ИКТ услугите во изминатите неколку години бележи значителен раст од 130 милиони евра во 2015 година на 330 милиони евра во 2021 година. Доминантен сегмент во извозот на ИКТ услуги се: ИТ софтвери и други ИТ услуги, телекомуникациски услуги, како и ИТ трговија особено во периодот на Ковид-19 кога пандемијата го забрза процесот на дигитализација и ги промени навиките и однесување на потрошувачите, каде електронското купување и електронската трговија зазема се поголемо значење во светската трговија.

Врз база на извозните постигнувања на ИКТ секторот во изминатиот период, може да се заклучи дека овој сектор влегува во групата на извозни сектори со најголем раст. Имено, во последните пет години ИКТ секторот бележи просечна годишна стапка на раст на извозот од 18%. Дополнително, од вкупниот број на регистрирани ИКТ претпријатија, дури 52% се извозно ориентирани, при што, најголем дел од извозните ИКТ претпријатија поголем дел од своите приходи ги создаваат од продажба на странски пазари што се потврдува со податокот дека дури 80% од вкупните приходи на ИКТ претпријатијата во 2020 година се генерирани од продажба на ИКТ и други услуги на странски пазари<sup>9</sup>.

Она што е можеби поважно во анализата на извозните перформанси на ИКТ секторот е тоа што овој сектор има најголема додадена вредност споредено со останатите извозни сектори во Република Северна Македонија. ИКТ секторот создава значителен трговски суфицит.

Не само од аспект на извозот на ИКТ услуги, овој сектор е силно интернационализиран и од аспект на приливи на СДИ. Имено, се поголем е бројот на странски ИТ претпријатија кои отвораат своите филијали и подружници во Република Северна Македонија што покажува дека странските ИКТ претпријатија го антиципираат потенцијалот и можностите за развој што ги нуди овој сектор во земјата.

Претпријатијата извезуваат ИКТ услуги и испорачуваат ИКТ поддршка за странски клиенти што покажува дека овие претпријатија во земјата се силно

---

<sup>9</sup> ICT Export Report Current Situation and Potentials, June 2020 | Skopje, North Macedonia

интегрирани во глобалните синџири на снабдување на оваа индустрија. Дополнително, расте бројот на претпријатија од регионот кои влегуваат на македонскиот пазар на труд во аутсорсинг индустријата без официјално да имаат своја канцеларија или претставништво во земјата работејќи на концептот на аутсорсинг или вработување преку далечина, што исто така претставува извоз на ИКТ услуги од земјата.

Развојните можности на ИКТ секторот може да се анализираат и од аспект на иновациските потенцијали и интересот на младите луѓе да студираат ИКТ програми. Имено, согласно извештаите на ФИТР за доделени средства за поддршка на иновации и комерцијализација, значаен дел се проекти од ИКТ секторот. Од друга страна, податоците за запишани студенти<sup>10</sup> во земјата укажуваат дека во 2019 вкупниот број на студенти на ИКТ програми достигна 6.870 студенти, додека бројот на завршени студенти во истата година е 685 студенти. Овие тенденции ќе продуцираат нова квалификувана работна сила со високо образование што ќе го зголеми развојниот потенцијал на ИКТ секторот во иднина. Дополнително, градењето на иновациски еко-систем и поддршката за иновациски проекти ќе овозможи надградување на портфолиото што ИКТ претпријатијата ќе може да го испорачуваат во иднина во сегментот на напредни ИКТ услуги базирани на: големи бази на податоци, бизнис аналитика, IoT, Cloud, AI и други.

## 2.2 Анализа на улогата на слободните економски зони

Дирекцијата за технолошко индустриски развојни зони (ТИРЗ) е формирана од страна на Владата на Република Северна Македонија, со главна улога во развивање на технолошко индустриските развојни зони, промоција и привлекување на странски инвестиции во зоните, кои имаат посебно важна улога во поддршка на економскиот развој на земјата. Во рамките на ТИРЗ постојат 14 зони со обезбедена инфраструктура и услови за финансирање.

Во 2007 година првиот корисник на Технолошко-индустриската развојна зона Скопје 1, ја заврши инвестицијата и пушти во употреба фабриката со што започна и првиот извоз од ТИРЗ. Заклучно со 2022 година има вкупно 14 ТИРЗ, со 40 претпријатија корисници. Вкупниот остварен извоз во 2022 година на овие претпријатија изнесува 3,7 милијарди евра што претставува 45% од вкупниот извоз на Република Северна Македонија за 2022 година. Најголем дел од претпријатијата лоцирани во ТИРЗ се претпријатија кои произведуваат автомобилски делови и компоненти за автомобилската индустрија, при што, голем дел од производите кои се извезуваат се карактеризираат со висок степен на комплексност и високо ниво на софистицираност.

Вредноста на вкупниот извоз на компаниите во ТИРЗ со исклучок на 2020 година поради Ковид-19 кризата бележи значителен раст. Споредено со 2018 година вредноста на извозот од ТИРЗ има зголемување за 54%. Овие

---

<sup>10</sup> Државен Завод за статистика на РСМ

тенденции јасно укажуваат дека ТИРЗ заземаат сè позначајно место во македонскиот извоз.

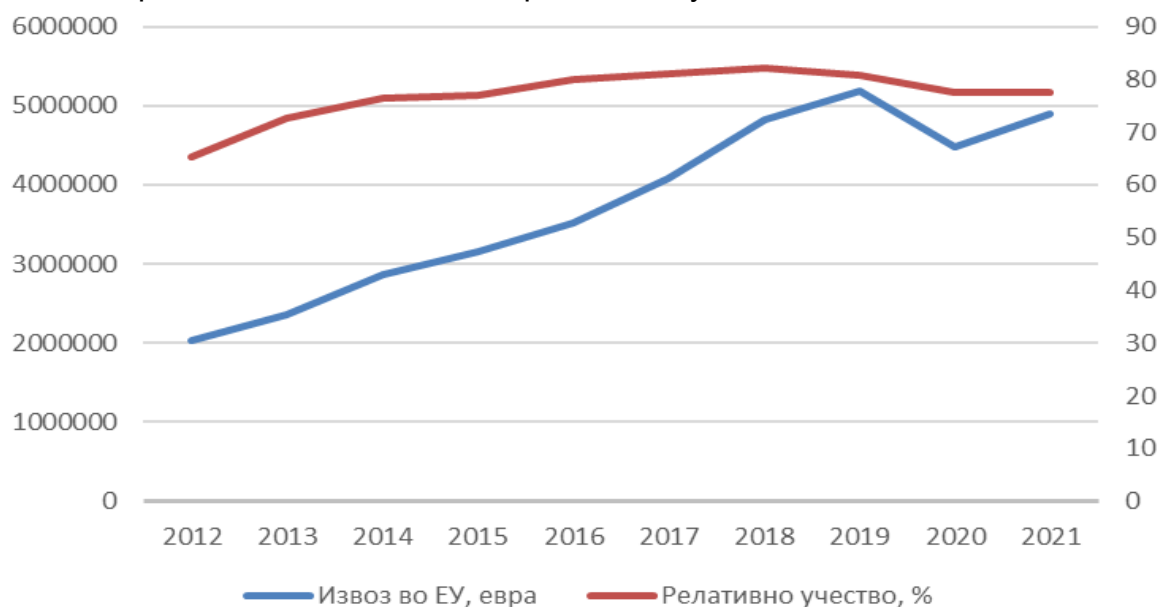
Она што е карактеристично со извозот од ТИРЗ е ниската додадена вредност што се должи на високата увозна компонента на извозот на странските претпријатија во ТИРЗ.

Независно од нето-извозот, бројот на вработени во претпријатијата лоцирани во ТИРЗ низ земјата бележи тенденција на раст, а ако се земат во предвид и вработените во странските производни капацитети надвор од ТИРЗ кои вработуваат голем број на работници може да се заклучи дека СДИ во земјата имаат големо релативно учество во создавањето на работни места во целата производна и преработувачка индустрија.

### 2.3 Анализа на стратешки и потенцијални извозни пазари

Доминантен пазар за македонскиот извоз е пазарот на ЕУ. Извозот во ЕУ бележи континуиран раст во целиот изминат период (од 2 милијарди евра во 2012 година на 5,2 милијарди евра во 2019 година) достигнувајќи околу 80% од вкупниот извоз на земјата. После падот на извозот во 2020 година, што беше во главно резултат од глобалната пандемија и забавување на светската и европската економија, во 2021 година извозот во ЕУ се врати на растечката патека достигнувајќи 5,3 милијарди евра или 77% од вкупниот извоз на земјата. Сепак, извозот во ЕУ во 2021 година сеуште е помал од извозот пред кризата што значи дека заздравувањето на побарувачката од ЕУ не оди така брзо што има одредени негативни рефлексии и врз македонскиот извоз и неговото заздравување.

Слика 7. Вредност на извоз во ЕУ и релативно учество во %



Извор: ДЗС

Она што е неповолно за македонската економија е високата извозна концентрација во рамките на ЕУ. Имено, извозот во првите топ 5 извозни ЕУ земји креира 78% од вкупниот извоз на Република Северна Македонија во ЕУ, а 22% од извозот на земјата во ЕУ завршува во останатите 22 ЕУ земји. Подолу се дадени топ 5 извозни ЕУ пазари согласно нивната вредност и релативно учество во вкупниот извоз на земјата.

Табела 1. Топ-5 извозни ЕУ пазари во 2021 година

Земја	Вредност на извоз, евра	Релативно учество во вкупниот извоз на земјата, %
Германија	3.234.156.803	46,72%
Бугарија	335.594.284	4,85%
Унгарија	212.451.039	3,07%
Италија	207.655.358	3,00%
Грција	205.962.229	2,98%
Вкупно	4.195.819.713	60,61%

Извор: ДЗС

Тргувајќи од фактот дека постои силна извозна концентрација во само неколку ЕУ земји, приоритет во промоцијата и поддршката на македонскиот извоз паралелно со процесот на интензивирање на извозната активност во веќе етаблираните трговски ЕУ партнери, треба да биде насочена кон диверзификација на извозот во рамките на ЕУ. На почетокот, потребно е да се направи мапирање на извозните потенцијали во останатите ЕУ земји кои во моментот се помали трговски партнери на Република Северна Македонија и да се насочи фокусот кон поттикнување на извоз во тие земји.

Подолу се презентирани ЕУ пазари каде македонската економија има најголеми извозни потенцијали во иднина, од аспект на капацитетите на она што веќе го извезуваат претпријатијата, воспоставени трговските релации со одделните пазари/земји и одредени проекции за идната побарувачка во конкретните земји.<sup>11</sup>

Табела 2. Топ 5 потенцијални извозни пазари во ЕУ

Земја	Вкупен извозен потенцијал, US\$	Земја	Неискористен извозен потенцијал, US\$
Германија	3,900,000,000	Германија	1,100,000,000
Чешка	315,000,000	Белгија	260,000,000
Белгија	299,000,000	Чешка	225,000,000
Унгарија	232,000,000	Италија	180,000,000
Романија	216,000,000	Романија	170,000,000

Извор: Меѓународен центар за трговија на ОН, [www.itc.org](http://www.itc.org)

<sup>11</sup> Анализата е спроведена од страна на Меѓународниот центар за трговија на ОН со седиште во Женева.

Покрај земјите од ЕУ, Република Северна Македонија дел од своите приоритети за интензивирање на извозните активности треба да ги насочи и кон останатите земји кои не се дел од ЕУ како што се Велика Британија, Швајцарија, Турција, и други пазари. Дополнително, како можности кои постојат за извозно ориентираните претпријатија на кои треба сериозно да се работи се Кина, Индија, САД и Канада и земјите од Блискиот Исток (Ирак, Катар, Саудиска Арабија).

Табела 3. Топ 5 потенцијални извозни пазари надвор од ЕУ

Земја	Вкупен извозен потенцијал, US\$	Земја	Неискористен извозен потенцијал, US\$
САД	252.000.000	САД	209.000.000
Кина	231.000.000	Кина	156.000.000
Турција	160.000.000	Турција	131.000.000
Велика Британија	120.000.000	Велика Британија	85.000.000
Швајцарија	81.000.000	Швајцарија	54.000.000

Извор: Меѓународен Центар за Трговија на ОН, [www.itc.org](http://www.itc.org)

Што се однесува до регионот на Западен Балкан, тој е втор стратешки извозен пазар за Република Северна Македонија, после пазарот на ЕУ. Имено, извозот кон земјите од Западен Балкан бележи благ пораст во изминатиот период достигнувајќи 817,5 милиони евра во 2021 година. Во релативен износ тоа е околу 11% од вкупниот извоз на земјата. Во последните десет години има благо зголемување на извозот кон земјите од Западен Балкан, но тоа зголемување е незначително во однос на растот на извозот кон ЕУ. Овој процес предизвика намалување на релативното учество на извозот во Западен Балкан во однос на вкупниот извоз на земјата (22% во 2012 година на 11,8% во 2021 година). Најголеми регионални извозни пазари за македонската економија се Косово и Србија со вредност на извоз од 292 милиони евра и 302 милиони евра, соодветно во 2021 година, додека вредноста на извозот во останатите три земји Албанија, Црна Гора и БиХ изнесува 222 милиони евра.

Важно за истакнување е дека иако бројот на македонски претпријатија кои извезуваат во регионот на Западен Балкан е скоро еднаков на бројот на извозници кои извезуваат во ЕУ, вредноста на извозот е 6 пати помала отколку во ЕУ. Ова значи дека домашните претпријатија се веќе присутни на пазарот во регионот на Западен Балкан, само е потребно да се работи на зголемување на нивниот извоз.

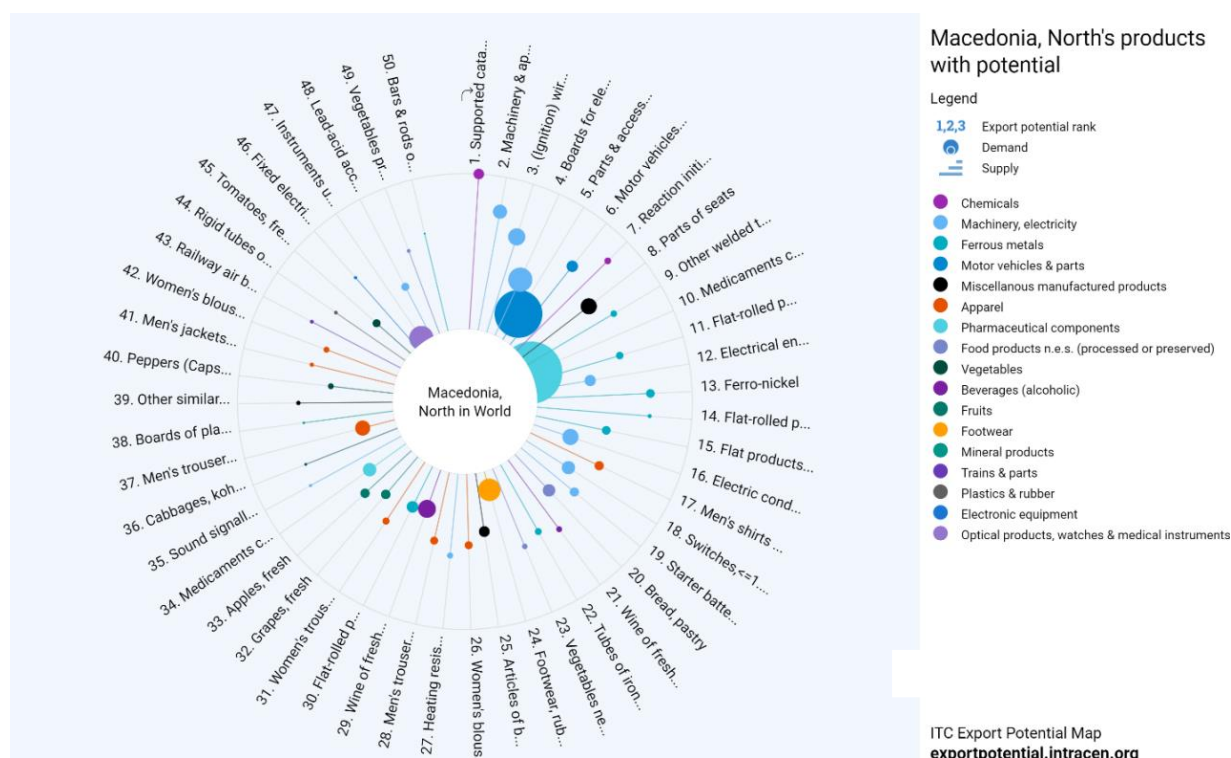
Според резултатите пак од анкетното истражување спроведено во рамките на процесот на подготвување на Стратегијата за промоција на извозот, за дел од претпријатијата, особено од прехранбената индустрија, МАГРЕБ земјите (Тунис, Мароко, Либија, Алжир) се земји со значаен извозен потенцијал и во таа насока треба да се работи на воспоставување подобра билатерална

трговска соработка и подобро искористување на потенцијалните можности во тие земји.

## 2.4 Анализа на стратешки и потенцијални извозни сектори и производи

Во рамки на анализата за мапирање на извозните потенцијали на македонската економија од аспект на стратешки и потенцијални извозни сектори направена е листа на топ 50 производи (Анекс 2.) кои имаат најголеми извозни потенцијали од аспект на можности за зголемување на вредност на извозот во наредниот период на постоечките или нови пазари.

Слика 8. Топ-50 производи со најголем извозен потенцијал



Извор. Меѓународен Центар за Трговија на ОН, [www.itc.org](http://www.itc.org)

Резултатите покажуваат дека најголеми извозни потенцијали имаат секторите: машинска, електро, автомобилска, фабрикувани метали, хемиска и сродни на неа индустрии, прехранбена и пијалоци, и мал дел од индустрија за облека.

## 2.5 Анализа на тековната поддршка за извоз на претпријатијата

Како мала и отворена економија во развој Република Северна Македонија може да остварува одржлив економски раст единствено со

политика и мерки базирани на стратегија за зголемување на извозот. Во реализирањето на таква стратегија, државата и претпријатијата имаат комплементарни улоги и одговорности. На тој план, посебно значење имаат активностите на државата во однос стратегиското планирање на извозот. Во минатото, во поголем број документи Република Северна Македонија има утврдено политики за подобрување на извозните перформанси на земјата (Индустриска стратегија 2018-2027, Стратегија за МСП и др.), а два документи специфично се однесуваат на извозот.

Првиот документ, „Стратегија за извоз на Република Македонија“ (1999), во договор со Министерството за развој во рамки на истражувачки проект го подготви Македонската академија на науките и уметностите (МАНУ), а врз основа на „Националната стратегија за економски развој на Република Македонија“ (1997). Во документот се опфатени условите во меѓународната трговија, карактеристиките на извозната структура и надворешно-трговските партнери на Република Северна Македонија, потоа можностите за експанзија на извозот (на индустријата, агрокомплексот и услугите), како и основните насоки, приоритети и клучни мерки на економската и развојната политика за експанзија на извозот како клучен двигател на економскиот развој на националната економија. Во документот се разработува и сценарио за извозот во периодите 1999-2003 и 2004-2020. Укажано е и на условеноста на очекуваните резултати од реструктурирањето и осовременувањето на извозната економија, како и од цврстата определба на државата за спроведување активна извозна политика со ефикасни макроекономски и развојни мерки.

Вториот документ, „Стратегија за промоција на извозот и препораки за реорганизирање и унапредување на Агенцијата за странски инвестиции и промоција на извозот - Инвест Македонија“ (2011), е изработен за потребите на Министерството за економија и Инвест Македонија, со меѓународна техничка помош. Стратегијата е фокусирана на две цели:

- зголемување на вредноста на извозот создаден од страна на македонските претпријатија за 30% во тек на три години и
- унапредување и јакнење на институционалната рамка за промоција на извозот со Инвест Македонија како централна институција за нејзино спроведување со двојни овластувања согласно Законот за основање на Агенцијата за странски инвестиции и промоција на извозот на Република Македонија (Службен весник на Република Македонија бр.57/2010 и бр.36/2011).

Стратегијата не е фокусирана само на просто квантитативно зголемување на вредноста на извозот туку и на менување на структурата на извозот и подобрување на извозните перформанси. Освен зголемувањето на додадената вредност, клучен посакуван исход на стратегијата е забрзувањето на диверзификацијата на структурата на македонскиот извоз. Идентификувани се повеќе сектори кои најмногу можат да ја забрзаат диверзификацијата на

структурата на македонскиот извоз. Дадени се предлог алатки, инструменти и иницијативи што треба да овозможат реализирање на утврдените стратешки цели.

Покрај среднорочните стратешки документи во кои се утврдени генералните насоки за извозот, конкретна поддршка на бизнис секторот во поттикнување и развој на нивната конкурентност и интернационализација се реализира преку повеќе институции, програми и мерки.

Иако земјата нема посебна програма со која се поддржуваат само извозно ориентираните претпријатија, можност за поддршка на извозниот сектор т.е. поддршка на претпријатијата кои сакаат да започнат да извезуваат или претпријатија кои веќе имаат извозна активност, е обезбедена во рамки на повеќе владини програми, како и програми на владини и државни институции.

Клучни државни институции кои преку своите програми ги поддржуваат претпријатијата, а со цел унапредување на нивните извозни активности се:

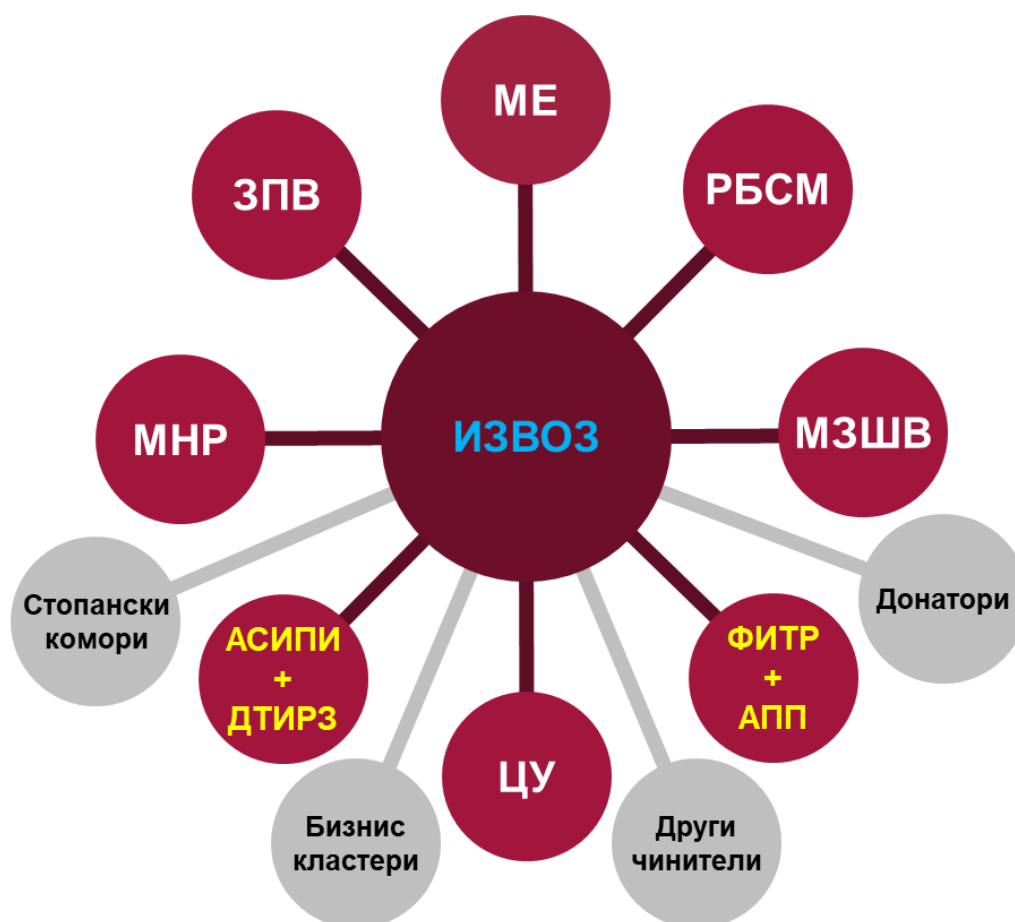
- 1) Министерството за економија (МЕ) преку годишните програми и мерки за зголемување на конкурентноста и поддршка на процесот на интернационализација;
- 2) Агенцијата за странски инвестиции и поддршка на извозот (АСИПИ) преку програмите за промоција на македонскиот извоз и привлекување странски инвестиции, кои во најголем дел се целосно извозно ориентирани;
- 3) Дирекцијата за технолошко индустриски развојни зони (ДТИРЗ) преку поддршка на инвестиции на странски и домашни претпријатија во ТИРЗ зоните;
- 4) Агенцијата за поддршка на претприемништвото на Република Северна Македонија (АПП)
- 5) Фондот за иновации и технолошки развој (ФИТР) преку програмите за поддршка на МСП;
- 6) Развојната банка на Северна Македонија (РБСМ) преку портфолио од инструменти за поттикнување на извозот;

Покрај погоре наведените институции свој дел во извозниот екосистем имаат и Заменикот на Претседателот на Владата задолжен за економски прашања, координација на економските ресори и инвестиции, потоа Министерството за надворешни работи (МНР), Царинската управа (ЦУ), Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство (МЗШВ) и Агенцијата за финансиска поддршка на земјоделството и руралниот развој преку програми и мерки за техничка поддршка во земјоделството и руралниот развој, инвестиции во основни средства за преработка и маркетинг на



земјоделски и рибни производи, како и стопанските комори, и други чинители (Слика 9).

Слика 9. Извозниот екосистем на Република Северна Македонија



Инаку, со владиниот План за реорганизација и реструктурирање на јавната администрација во Република Северна Македонија се планира спојување на неколку агенции, и тоа АСИПИ и ДТИРЗ чиј фокус би биле странските инвестиции, нивно привлекување, промоција и aftercare, како и промоција на извозот, а од друга страна со спојувањето на ФИТР и АПП би требало да се обезбеди поддршка во зголемување на капацитетите за иновации, претприемништво и развој на македонските претпријатија.

Планот за економски раст (ПЕР) донесен во 2018 година<sup>12</sup> од страна на Владата на Република Северна Македонија е една од клучните програми за

<sup>12</sup> ПЕР е поткрепен со Законот за финансиска поддршка на инвестициите (Закон за финансиска поддршка на инвестиции „Службен весник на РМ“ бр. 83/2018 и „Службен весник на РСМ“ бр. 98/2019, 124/2019 и 178/2021) за првите два Столба, како и со Среднорочната програма за работа на ФИТР за третиот столб. Во 2021 година Законот за финансиска поддршка на инвестициите претрпе одредени измени во насока на зголемување на поддршката за инвестициите на претпријатијата.

поддршка на инвестициите и конкурентноста на македонската економија, кој предвидува финансиска поддршка за претпријатијата, вклучувајќи ги и извозно ориентираните претпријатија. Реализација на мерките од првите два столба се спроведува преку Законот за финансиска поддршка на инвестиции (ЗФПИ)<sup>13</sup>, а на третиот столб преку Програмата за работа на Фондот за иновации и технолошки развој. Активностите на ПЕР обезбедуваат поддршка на инвестиции и МСП и тоа преку:

- поддршка за создавање нови работни места;
- воспоставување и унапредување на соработка со добавувачи;
- воспоставување одделенија за технолошки развој и истражување;
- поддршка за инвестициски проекти од значаен економски интерес;
- пораст на капитални инвестиции и приходи;
- откуп на средства од претпријатија во потешкотии;
- дополнителна финансиска поддршка за микро претпријатија;
- подобрување на иновативноста на МСП;
- стручно усовршување и пракса за нововработени млади лица.

Дополнително, АСИПИ ги поддржува домашните извозни претпријатија со цел нивна поголема промоција на странските пазари преку поддршка за настап на меѓународни трговски саеми по принципот на заеднички штанд и поддршка во создавање промотивни материјали, каталози и други маркетинг материјали. Во реализација на промотивните активности, бизнис со бизнис (Б2Б) настапи и меѓународни саеми, АСИПИ тесно соработува со стопанските комори, бизнис асоцијации, кластери и други чинители/меѓународни донатори. Истовремено, АСИПИ со свои претставници е присутна на повеќе меѓународни саеми и настани каде ги презентира можностите на македонската економија и ги промовира извозните капацитети на земјата.

ДТИРЗ во 2021 година има доделено државна помош како поддршка за инвестиции на странски претпријатија во ТИРЗ во износ од 13 милиони евра по основ на грантови за создавање нови работни места, поврат на дел од платени задолжителни социјални придонеси, поддршка за набавка на нови машини и производни објекти во зоните, специјална поддршка по исполнување на посебни услови, царински и даночни ослободувања и сл. Владата на Република Северна Македонија и Кабинетот на Заменик на Претседателот на Владата задолжен за економски прашања, координација на економските ресори и инвестиции доделуваат средства за поддршка на инвестиции и отворање нови работни места на странски претпријатија.<sup>14</sup>

Фондот за иновации и технолошки развој (ФИТР) е одговорна институција за поддршка на иновациите и спроведување на поддршката за

<sup>13</sup> барањето за доделување на финансиска поддршка за инвестициски проекти чии носители се домашни претпријатија се поднесува до АСИПИ, а до ДТИРЗ за инвестициски проекти чии носители се странски претпријатија

<sup>14</sup> Годишен извештај на Комисија за заштита на Конкурентност на РСМ за 2021 година

МСП во рамките на третиот столб од ПЕР. Мерките преку ФИТР се инструменти за технолошки развој и технолошка екстензија, подобрување на иновативноста на МСП и комерцијализација на иновации, поддршка на start-up и spin-off компании и други инструменти кои ги објавува ФИТР. Во изминатиот период, ФИТР, преку своето портфолио на инструменти, има поддржано вкупно 784 проекти во износ од повеќе од 90 милиони евра. Дел од поддршката била наменета за проекти на извозно ориентирани претпријатија од повеќе индустрии, и тоа фирми од ИКТ секторот, метало-преработувачката и машинската индустрија, текстилната и индустријата за облека, земјоделието и прехранбената индустрија, мебел и производи од дрво и други сектори.

Развојната банка на Северна Македонија АД Скопје (РБСМ) во своето портфолио има инструменти кои се однесуваат на поттикнување на извозот. Клучни инструменти на РБСМ кои се користат од страна на извозните претпријатија се<sup>15</sup>:

- Осигурување на извозни побарувања;
- Извозен факторинг;
- Гаранции за царински долг;
- Кредитни линии за инвестиции и обртни средства за извозни претпријатија;
- Гарантен фонд.

Врз база на годишниот извештај за 2021 година може да се констатира дека РБСМ е институција која обезбедува значителна поддршка за извозно ориентирани претпријатија. Имено, во 2021 година, биле осигурани извозни побарувања, пред или по реализирана испорака (од комерцијални или политички ризици), во вкупен волумен од 140 милиони евра за 650 странски купувачи/трговски партнери на 75 домашни извозници, додека вкупниот извозен факторинг во 2021 година изнесува вкупно 7,5 милиони евра. РБСМ во 2021 година вовела нов инструмент кој се однесува на издавање гаранција за царински долг при увоз за облагородување и понатамошен извоз, што треба да овозможи значително ослободување на дел од обртните средства на извозните претпријатија и подобрување на нивната ликвидност. Со оглед на фактот што овој инструмент е воспоставен во април 2021 година, за неколку месеци била обезбедена гаранција за увозен долг во износ од 730.000 евра. Дополнително, голем дел од извозниците користат кредитни линии со поволни кредитни услови од РБСМ за финансирање на своите инвестициски проекти. Дел од кредитните линии се реализираат преку комерцијалните банки во Република Северна Македонија, додека дел од кредитните линии за поддршка на извозот се реализираат директно преку РБСМ.

Министерството за економија (МЕ) преку годишни програми обезбедува поддршка за зголемување на конкурентноста на претпријатијата од

---

<sup>15</sup> Развојна банка на Северна Македонија АД Скопје (mbdp.com.mk)

преработувачката индустрија, и поддршка на МСП. Преку програмите, Министерството за економија меѓудругото обезбедува поддршка за набавка на машини и опрема, изработка на техничка документација за развој на нов или подобрување на постоечки производ; набавка, спроведување, сертификација и обука за меѓународни стандарди за квалитет; развивање и имплементација на проекти за дигитална трансформација; изработка на извозна стратегија, истражување на пазарот и маркетинг стратегии; експертска анализа и изработка на проектно техничка документација за изводливост на инвестициски проект за зелена транзиција; разни специјализирани обуки и друго.

Министерството за надворешни работи (МНР) е фокусирано на реализација на конкретни иницијативи, вклучително и засилување на угледот на Република Северна Македонија во странски земји и промовирање на економските интереси со цел унапредување на економската соработка со други држави, промоција на македонски производи, привлекување странски инвестиции, како и привлекување странски туристи во земјата. МНР преку Директоратот за економска и јавна дипломатија работи на афирмација на економските интереси на нашата земја во странство, а активностите ги реализира во соработка со ресорните министерства и агенции, македонските дипломатски претставништва, амбасади и генерални конзулати, почесни конзули на Република Северна Македонија во странство, како и економските советници.

Како значајни чинители во поддршка на економијата за зголемување на извозот и успешна извозна промоција се и стопанските комори, кластерите, универзитетите, како и донаторските проекти, кои може да придонесат за создавање подобра деловна средина, размена на знаење, развој на вештини, размена на искуства и сл.

Стопанските комори и бизнис асоцијациите/кластерите се активни чинители во насока на обезбедување поддршка за извозно ориентираните претпријатија. Стопанската комора на Северна Македонија (СКСМ) во изминатиот период има успешно реализирано повеќе проекти за поддршка на извозно ориентираните претпријатија, а во свои рамки има и специјализирани тела за поддршка на извозниците (пример „Клуб на извозници“, „Национален совет за извоз“ и „Совет на странски инвеститори“). Дополнително, СКСМ преку своето активно учество во регионалниот Коморски инвестициски форум (КИФ) активно работи на олеснување на регионалната трговија и поддршка на македонските претпријатија со цел поголема застапеност на пазарите во регионот на Западен Балкан и пошироко.

Од друга страна, Стопанската комора за информатички и комуникациски технологии (МАСИТ), како ИКТ комора, работи на обезбедување конкретна поддршка на ИКТ компании кои извезуваат ИКТ услуги на странските пазари.

Истовремено, другите стопански комори (Сојузот на стопански комори и Стопанската Комора на северозападна Македонија), како и неколку активни

бизнис асоцијации/кластери (МАМЕИ, Кластерот за текстил, Македонска асоцијација на преработувачи - МАП, Асоцијацијата за вино од Македонија – Wines of Macedonia и др.) активно работат во насока на поголема промоција на македонскиот извоз.

## **2.6 Анализа на опкружувањето и анализа на засегнатите страни**

Врз основа на деталната анализа на извозните постигнувања и анализа на извозната структура на македонската економија, како и врз основа на спроведено анкетно истражување, интервјуа со претставници на релевантни извозни претпријатија од различни сектори, интервјуа со претставници на надлежни државни институции и бизнис организации и организирана фокус група со претставници на домашни извозно ориентирани претпријатија, идентификувани се предностите и слабостите на извозниот сектор, како и можностите и заканите со кои се соочуваат извозните претпријатија.

Подолу во табелата е прикажан систематизиран преглед од резултатите на SWOT анализата на извозниот сектор во Република Северна Македонија. Резултатите се земаат како основа при утврдувањето на предлог мерките и политиките за остварување на целите дефинирани во рамките на Стратегијата за промоција на извозот.

Табела 4. Предности, слабости, можности и закани на македонскиот извоз

Предности	Слабости
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Традиција и знаење во производство и извоз во рамки на некои сектори</li> <li>- Флексибилност на производството, можност за мали специјализирани серии по потреба на клиентите и брзина во испорака</li> <li>- Добар квалитет на производите и услугите во однос на цената</li> <li>- Ниски даноци и поволен даночен систем</li> <li>- Спогодба за стабилизација и асоцијација со ЕУ и статус на земја-кандидат за членство во ЕУ, Членка на Светската трговска организација, Договор за слободна трговија во Централна Европа (ЦЕФТА) и други договори за слободна трговија</li> <li>- Поволна географска положба/близина до ЕУ пазарите, пристаништата во Грција и Албанија</li> <li>- Политика за привлекување на СДИ и функционални слободни економски зони</li> <li>- Релативно поевтина работна сила</li> <li>- Атрактивен и добро финансиран пакет за државна помош преку планот за економски раст (ПЕР) и други програми за зголемување на конкурентноста на приватниот сектор</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ограничен пристап до репроматеријали и зависност на извозот од увозни сировини</li> <li>- Висока извозна концентрација на производи, пазари и извозни компании</li> <li>- Застарена технологија за производство</li> <li>- Високи царини за увоз на сировини и царини за извоз во други земји</li> <li>- Постојење на нецарински бариери при извоз во некои земји поради немање билатерални договори за слободна трговија со тие земји</li> <li>- Несоодветен образовен систем и недоволна поддршка на иновации и иновативни идеи</li> <li>- Ограничен капацитет за спроведување меѓународни стандарди, бавни/скапи процедури за регистрација на производи во странство</li> <li>- Скапи сертификати за квалитет и немање доволно лаборатории за испитување на квалитетот</li> <li>- Ограничени маркетинг капацитети и недоволно развиена промотивна мрежа за извозни претпријатија</li> <li>- Недоволна промоција на македонскиот извоз (македонски претпријатија и извозни производи)</li> <li>- Недостиг на извозни услуги од страна на специјализирани институции</li> </ul>

Можности	Закани
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вклучување на земјата во регионалните процеси како што е Отворен Балкан</li> <li>- Предности од аспект на поволни климатски услови за одредени гранки како што е земјоделие и прехранбена индустрија</li> <li>- Искористување на дијаспората и врските во другите земји</li> <li>- Пристап до нови пазари за земјата, како што е МАГРЕБ</li> <li>- Можности за развој на постојан и таргетиран извоз</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Инфлаторни движења во глобалната економија</li> <li>- Кризата со пандемијата и прекините во синџирите на снабдување</li> <li>- Намалување на европската и светската побарувачка поради геополитичките случувања</li> <li>- Драстичното зголемување на цената на енергенсите</li> <li>- Бавен процес за пристапување во ЕУ интеграции и бавна динамика во спроведување на структурни реформи</li> <li>- Недостиг на квалификувана работна сила поради одлив во странство и неусогласеност на образовниот систем со потребите на пазарот на труд</li> <li>- Недоволен капацитет на јавната администрација и недоволна поддршка за извозниот сектор во делот на регулаторни процедури</li> <li>- Одливот на мозоци од земјата - заминувањето на високо квалификувана работна сила во други земји</li> </ul>

## 2.7 Предизвици

Република Северна Македонија е во групата на земји со **ниско ниво на извозна комплексност**, покажува индексот на извозна комплексност<sup>16</sup> на

<sup>16</sup> Овој индекс е креиран од страна на Центарот за меѓународен развој при Универзитетот Харвард. Овој индекс ја мери комплексноста на секој поединечен производ кој е дел од извозната структура на земјата.

земјата, кој е базиран на нивото на комплексност на одделните производи кои се дел од извозната структура. Имено, според овој индекс земјата се наоѓа на 59-то место од вкупно 127 земји за кои се пресметува овој индекс, што е пониско ниво од најголем број на земји од поширокиот регион. На пример, Чешка е рангирана на 6 место, Унгарија на 10 место, Словенија е рангирана на 11 место, Словачка на 15 место, Хрватска на 30 место, Србија на 37 место, Бугарија на 41 место. Пониско е рангирана единствено Албанија, која се наоѓа на 75 место. Најголема причина за ниското ниво на извозна комплексност е фактот што поголем број на извозни производи, со исклучок на неколку од хемиската индустрија, машинската и електро индустријата, како и индустријата за моторни возила, се производи кои се карактеризираат со ниска комплексност. Најголем дел од производите за кои Република Северна Македонија има компаративна предност се производи од текстилната индустрија, базични метали и примарно земјоделие кои се карактеризираат како производи со ниска комплексност. Она што дополнително претставува предизвик е фактот што и покрај подобрување на извозната комплексност и надградувањето на извозната структура, Република Северна Македонија има пад во рангирањето според индексот на економска комплексност споредено пред 10 години. За илустрација, земјата според ова рангирање бележи пад од 8 места (од 51-то место во 2011 година на 59-то место во 2021 година).

Од аспект на бројот на извозници, овој број бавно се зголемува и е околу 5% од бројот на активни претпријатија. Претпријатијата лоцирани во ТИРЗ учествуваат со околу 43% од извозот. Карактеристично за извозот кој се реализира од ТИРЗ е **ниската додадена вредност** што се должи на високата увозна компонента на извозот на странските претпријатија лоцирани во ТИРЗ. Нето-извозот од ТИРЗ има одредени осцилации низ годините, но сепак заклучокот е дека тој износ како процент од вкупниот извоз е релативно мал и дека дополнително има тенденција на намалување. Ова јасно укажува дека треба да се работи на јакнење на капацитетите на домашните претпријатија, од една страна, и поттикнување на странските инвеститори за поголема вклученост на домашни претпријатија во нивните синџири на снабдување, а со цел да се обезбеди замена на дел од увозната компонента на извозот на претпријатијата од ТИРЗ како единствен начин за зголемување на додадената вредност на извозот т.е. раст на нето-извозот од ТИРЗ. Важно да се истакне дека првите 100 извозници во земјата учествуваат со 84% во извозот. Од домашните фирми најголеми извозници се од секторот метало преработувачка индустрија.

Од анализата на севкупните податоци за извозот на Република Северна Македонија, како и условите за извоз, произлегуваат и повеќе предизвици, кои може да се групираат во неколку групи:

- 1) Подобрена деловна средина за поддршка на извоз
  - подобрена правно-институционална рамка за извоз



- интензивиран дијалог меѓу сите чинители и нови форми на соработка
- 2) Зголемено информирање и охрабрување на претпријатија за да започнат да извезуваат или да го унапредат извозот
- зголемување на бројот на алатки за информирање и охрабрување на домашните претпријатија да извезуваат
  - зголемување на бројот на информации, достапни на домашните претпријатија, значајни за извоз со кои располагаат државните институции
  - поефикасно користење на информациите достапни за регионалните можности и ЕУ (ЦЕФТА<sup>17</sup>, ЕЕН<sup>18</sup>, КИФ<sup>19</sup> и сл.)
- 3) Зголемена поддршка за градење и зајакнување на севкупните извозни капацитети
- зголемување на бројот на домашни претпријатија извозници  
(само 5% од активните претпријатија извезуваат, а разгледано по големина на претпријатието според број на вработени само 3% од микро претпријатијата извезуваат, 19% од малите, 26% од средните и 42% од големите претпријатија)
  - зголемување на интензитетот на извоз на претпријатијата (учество на извозот во прометот на претпријатието)  
(63% од извозниците се со интензитет на извоз до 24%, и истите учествуваат со само 4% во вкупната вредност на извозот)
  - зголемување на извозот на ММСП  
(97% од извозниците се ММСП, и истите учествуваат со 26% во вкупната вредност на извозот)
  - зголемување на бројот на производи за извоз, со посебен аспект на производи со повисока додадена вредност и иновации (линк со паметна специјализација)  
(во периодот 2018-2022 бројот на извозни производи се зголемувал просечно годишно за 1,1%, односно само во 2022 година е забележано зголемување на бројот на извозни производи за 4,8%, а сите други години истото е негативно или не надминува 1%)
  - зголемување на бројот на извозни производи чија годишна вредност на извоз е над еден милион евра  
(90% од производите што се извезуваат имаат годишна вредност на извоз под еден милион евра и учествуваат само со 4% во вкупниот

<sup>17</sup> <https://cefta.int/>

<sup>18</sup> <http://www.een.mk/> и <https://een.ec.europa.eu/>

<sup>19</sup> <https://www.wb6cif.eu/>

извоз, или 73% од производите што се извезуваат имаат годишна вредност на извоз под 100.000 евра и учествуваат само со 1% во вкупниот извоз)

- зголемување на бројот на извозни дејности - фокус на оние со поголема додадена вредност

(5 подсектори од преработувачката индустрија учествуваат со 66% во вкупната вредност на извозот)

#### 4) Зголемена промоција и поврзување на домашните извозни капацитети на/со странските пазари

- зголемување на извозот во земјите од регионот на Западен Балкан

(иако бројот на извозници кои извезуваат во Западен Балкан е скоро еднаков како бројот на извозници кои извезуваат во ЕУ, вредноста на извозот е 6 пати помала)

- зголемување на бројот на земји партнери кон кои еден извозник реализира извоз

(54% од извозниците имаат една земја партнер, и истите учествуваат со само 4% во вкупната вредност на извозот)

- зголемување на интеграцијата на претпријатијата во глобалните синџири на снабдување

#### 5) Зголемен пристап до финансии преку поволни кредитни линии за извозници и управување со извозни ризици

- зголемување на бројот на корисници на инструментите на РБСМ кои се однесуваат на извоз

- зголемување на искористеноста на инструментите на РБСМ кои се однесуваат на извоз по корисник

- зголемување на учеството во европски програми и други донаторски програми кои финансираат и поттикнуваат поголема конкурентност

Табела 5. Извозните предизвици и државната поддршка на домашните претпријатија за излез и раст на странските пазари

**ИЗВОЗНИ ПРЕДИЗВИЦИ**

**АКТИВНОСТИ**

**КЛУЧНИ ВЛАДИНИ РЕСУРСИ**

<p><b>ПОДОБРЕНА ДЕЛОВНА СРЕДИНА ЗА ПОДДРШКА НА ИЗВОЗ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• подобрена правно-институционална рамка за поддршка на извоз</li> <li>• интензивирање на дијалог меѓу сите чинители и нови форми на соработка</li> </ul>	<p><b>УНАПРЕДУВАЊЕ</b> на севкупната деловна средина за поддршка на извозот</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• АСИПИ (Сектор за поддршка и унапредување на извозни активности) + ДТИРЗ</li> <li>• МНР (Сектор за економска дипломатија, Амбасади и Канцеларии за врски, економски советници)</li> <li>• РБСМ</li> <li>• АПП + ФИТР</li> <li>• Царинска управа</li> <li>• Министерство за економија, Министерство за финансии ...</li> </ul>
<p><b>ПОДОБРЕНО ИНФОРМИРАЊЕ И ПОДИГАЊЕ НА СВЕСТА</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• зголемување на бројот на алатки за информирање и охрабрување на домашните претпријатија да извезуваат</li> <li>• зголемување на бројот на информации, достапни на домашните претпријатија, значајни за извоз со кои располагаат државните институции</li> <li>• поефикасно користење на достапните информации за регионалните можности и ЕУ (CEFTA, EEN, CIF и сл.)</li> </ul>	<p><b>ИНФОРМИРАЊЕ и ОХРАБРУВАЊЕ</b> на претпријатија да започнат да извезуваат или да го унапредат</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• АСИПИ (Сектор за поддршка и унапредување на извозни активности) + ДТИРЗ</li> <li>• МНР (Сектор за економска дипломатија, Амбасади и Канцеларии за врски, економски советници)</li> <li>• РБСМ</li> <li>• АПП +ФИТР</li> <li>• Царинска управа</li> <li>• Министерства за економија</li> </ul>
<p><b>ЗГОЛЕМЕНА ИЗВОЗНА ПОДГОТВЕНОСТ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• зголемување на бројот на извозници</li> <li>• зголемување на интензитетот на извоз на претпријатијата</li> <li>• зголемување на додадената вредност на извозните производи (линк со паметна специјализација) и диверзификација на извозот</li> </ul>	<p><b>ГРАДЕЊЕ и ЗАЈАКНУВАЊЕ</b> на севкупните извозни капацитети</p>	<p>Државни програми за развој и поддршка на домашните капацитети за извоз, односно градење и зајакнување на:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• производни капацитети;</li> <li>• иновациски капацитети;</li> <li>• човечки капацитети;</li> <li>• маркетинг капацитети.</li> </ul>
<p><b>ЗГОЛЕМЕНА ИЗВОЗНА ПРОМОЦИЈА</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• зголемување на извозот во земјите од регионот на Западен Балкан</li> <li>• зголемување на бројот на земји партнери кон кои еден извозник реализира извоз</li> <li>• зголемување на интеграцијата во синџирите на снабдување на странските инвеститори и глобалните синџири на вредност</li> </ul>	<p><b>ПРОМОВИРАЊЕ и ПОВРЗУВАЊЕ</b> на домашните извозни капацитети</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• меѓународна мрежа: амбасадори, генерални конзули, почесни конзули, економски советници на МНР</li> <li>• посети и мисии на високи владини функционери на странски земји</li> <li>• меѓународни саеми, B2B средби</li> <li>• дигитални алатки: <a href="http://export.investnorthmacedonia.gov.mk">export.investnorthmacedonia.gov.mk</a></li> </ul>
<p><b>ПОДОБРЕН ПРИСТАП ДО ФИНАНСИИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• зголемување на бројот на корисници на инструментите на РБСМ кои се однесуваат на извоз</li> <li>• зголемување на искористеноста на инструментите на РБСМ кои се однесуваат на извоз по корисник</li> <li>• зголемување на учеството во европските програми и други донаторски програми кои финансираат и поттикнуваат поголема конкурентност</li> </ul>	<p><b>ФИНАНСИРАЊЕ и ОСИГУРУВАЊЕ</b> пристап до финансии преку поволни кредитни линии за извозници и управување со извозни ризици</p>	<p>Инструменти/шеми на Развојна банка на Северна Македонија (РБСМ):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• РБСМ кредитирање</li> <li>• РБСМ осигурување на извозни побарувања</li> <li>• РБСМ извозен факторинг</li> <li>• РБСМ гаранции</li> </ul>
<p>Извозници како % од активните претпријатија</p>	<p>Големина на претпријатие по број на вработени</p> <p>микро (1-9) 3%    мали (10-49) 19%    средни (50-249) 26%    големи (250+) 42%</p>	

## 3. Стратешка рамка

### 3.1 Визија за развој на областа

Во самата своја суштина, Стратегијата за промоција на извозот на Република Северна Македонија 2024-2027 ја има следната **Визија**:

**Интензивирање на процесот на интернационализација на македонската економија со цел диверзификација и зголемување на извозот на претпријатијата, како и зголемување на додадената вредност на извозот и интегрирање во глобалните синџири на вредности.**

### 3.2 Приоритетни области, општи и посебни цели

Врз основа на анализата на состојбите со надворешната трговска размена на Република Северна Македонија, предизвиците и идентификуваните можни правци на делување се утврдија следните пет приоритетни области:

Приоритетна област 1: Деловна средина за поддршка на извозот;

Приоритетна област 2: Свест за извоз;

Приоритетна област 3: Подготвеност за извоз;

Приоритетна област 4: Извозна промоција и интернационализација, и

Приоритетна област 5: Финансирање и осигурување на извоз.

За секоја од приоритетните области се утврдија општи и посебни цели и притоа се имаа во предвид стратешките приоритети утврдени од Владата на Република Северна Македонија, потоа различните стратешки плански документи хиерархиски поставени на повисоко ниво, како и сродни секторски и мултисекторски стратегии. Па така, за постигнување на визијата на Стратегијата се утврдени следните пет општи цели:

Општа цел 1: Унапредена и подобрена деловна средина за поддршка на извозот;

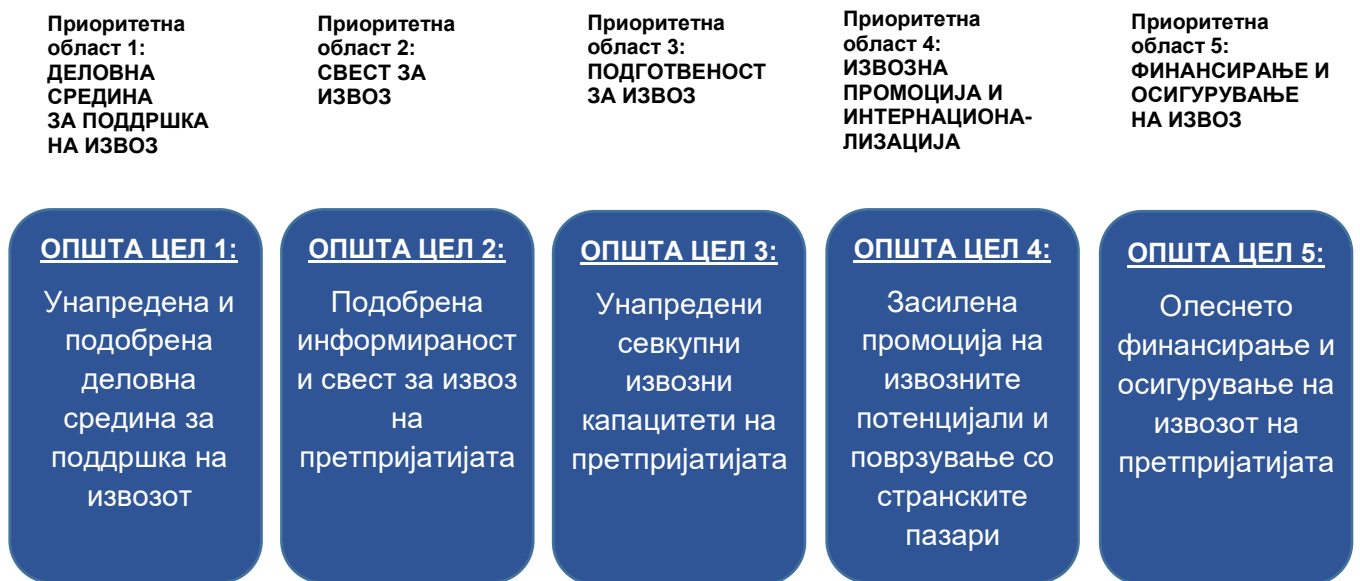
Општа цел 2: Подобрена информираност и свест за извоз на претпријатијата;

Општа цел 3: Унапредени севкупни извозни капацитети на претпријатијата;

Општа цел 4: Засилена промоција на извозните потенцијали и поврзување со странските пазари;

Општа цел 5: Олеснето финансирање и осигурување на извозот на претпријатијата.

Слика 10. Приоритени области и општи цели на Стратегијата за промоција на извозот на Република Северна Македонија 2024-2027



За општите цели, утврдени се и соодветни посебни цели, и тоа:

### Општа цел 1

#### Унапредена и подобрена деловна средина за поддршка на извозот

Посебна цел 1.1. Унапредена и ефективна трговска политика

Посебна цел 1.2. Унапредена законската рамка за финансирање и осигурување на извозот на претпријатијата

Посебна цел 1.3. Ефикасен и функционален систем за институционална поддршка на извозниците

Посебна цел 1.4. Интензивирање суштински дијалог и соработка во рамки на извозниот еко-систем

### Општа цел 2

#### Подобрена информираност и свест за извоз на претпријатијата

Посебна цел 2.1. Зголемена мотивираност на претпријатијата за отпочнување со извоз или унапредување на извозот

Посебна цел 2.2. Достапност на специјализирани дигитални решенија за олеснет пристап и споделување на информации релевантни за извозни активности

Посебна цел 2.3. Зголемена запознаеност со постоечки е-платформи и достапни информации за извозни постапки и можности во земјата, регионот и ЕУ, како и нивно поефикасно користење

### **Општа цел 3**

#### **Унапредени севкупни извозни капацитети на претпријатијата**

Посебна цел 3.1. Воспоставен систем за проценка на подготвеност за извоз на МСП

Посебна цел 3.2. Воспоставени и унапредени основни капацитети за извоз, во МСП со мало или без извозно искуство, преку стандардизирани менторски услуги и програми

Посебна цел 3.3. Зајакнати човечки капацитети на претпријатијата за спроведување извозни активности

Посебна цел 3.4. Зајакнати техничко-технолошки и иновациски капацитети на претпријатијата за активности поврзани со извоз

Посебна цел 3.5. Зголемена подготвеност на претпријатијата за аплицирање кај извори на финансирање кои поддржуваат извозна конкурентност

### **Општа цел 4**

#### **Засилена промоција на извозните потенцијали и поврзување со странските пазари**

Посебна цел 4.1. Зголемена видливост и препознатливост на македонскиот извозен потенцијал

Посебна цел 4.2. Полесно интегрирање на претпријатијата во синцирите на снабдување, како и поврзување со странските пазари

Посебна цел 4.3. Оптимизирано дигитално присуство во странство (онлајн маркетинг, е-трговија, бази на податоци за трговија итн.)

### **Општа цел 5**

#### **Олеснето и зголемено финансирање и осигурување на извозот на претпријатијата**

Посебна цел 5.1. Намален трошок на претпријатијата за финансирање на активности за поддршка на извозот

Посебна цел 5.2. Подобрено управување со финансирањето на извозните ризици

### 3.3 Резиме на политиките односно клучните правци на делување

Во насока на остварување на општите, односно посебните цели поставени во рамките на оваа среднорочна Стратегија за промоција на извозот, дефинирани се неколку групи на мерки, и тоа:

- мерки за подобрување на деловната средина за поддршка на извозот;
- мерки за подобро информирање и охрабрување на домашните претпријатија да започнат да извезуваат или да го унапредат извозот;
- мерки за поддршка на градење и зајакнување на севкупните извозни капацитети;
- мерки за поддршка на промоција и поврзување на домашните извозни капацитети на/со странските пазари, и
- финансирање и осигурување - пристап до финансии преку поволни кредитни линии за извозници и управување со извозни ризици.

Предлог мерките се дефинирани врз база на анализа на тековната состојба во земјата по однос на постојаната поддршка на претпријатијата за извоз, анализа на адресираните бариери и предлози од страна на засегнатите страни, вклучувајќи ги директно и извозниците, како и анализа на добрите практики и успешните примери од други земји.

Мерките се насочени кон поддршка на интернационализација на претпријатијата со цел присуство и остварување на приходи на странски пазари. Насочени се кон претпријатија кои сеуште не извезуваат, но поседуваат потенцијал, односно се заинтересирани за извоз, како и кон претпријатија кои барем еднаш реализирале извоз.

Претпријатијата кои сеуште не извезуваат, но поседуваат потенцијал, односно се заинтересирани за извоз, поддршката ќе ја добијат директно или индиректно преку кластери, стопански комори, здруженија, факултети и институти, организирани самостојно или како членови на конзорциум, кои ќе бидат директни корисници на мерките за поддршка на извозот (Слика 11). Членови на конзорциум може да бидат и други организации кои се занимаваат со поддршка на стопанството како инкубатори, акселератори, иновациски центри итн., како и деловни субјекти кај кои консултантските активности се доминантна активност. Планираните проектни активности може да се однесуваат на поединечно претпријатие или група на претпријатија.

Од друга страна претпријатијата кои барем еднаш реализирале извоз, ќе може да користат директна или индиректна поддршка за унапредување на извозните капацитети, и истата ќе може ја добијат самостојно или здружено со други претпријатија во зависност од типот на извозни активности.

Даватели на поддршката за извоз се министерствата, агенциите, и останати државни институции, а можен е придонес и на други институции и донатори доколку во своите програми за работа поддржуваат извозна промоција.

Слика 11. Директни и индиректни корисници на мерките за поттикнување и поддршка на извозот



### 3.4 Предлог мерки за остварување на општите и посебните цели

#### Општа цел 1: Унапредена и подобрена деловна средина за поддршка на извозот

Воспоставувањето на поволна деловна средина за извозници подразбира нејзино постојано унапредување и подобрување. Поволна деловна средина е онаа во која претпријатијата, односно извозниците знаат што да очекуваат во текот на своето работење и извозот. Тоа би подразбирало постојано унапредување и постигнување ефективна трговска политика, соодветна законска рамка за финансирање и осигурување на извозот на претпријатијата, потоа постоење на ефикасен и функционален систем за институционална поддршка на извозниците, како и постоење интензивен суштински дијалог и соработка во рамки на извозниот еко-систем.

Општата цел 1 ќе се постигне преку спроведување на четири посебни цели, со соодветни мерки и активности:



## **Посебна цел 1.1. Унапредена и ефективна трговска политика**

### **Мерка 1. Континуирано усогласување на националното законодавство со релевантното законодавство на ЕУ**

Со цел обезбедување слободно движење на македонските производи на единствениот европски пазар, кој е стратешки за Република Северна Македонија, од клучна важност е континуираното усогласување на националното законодавство со релевантното законодавство на ЕУ. Ова покрај другото подразбира и унапредување на процесот на усогласување на националното техничко законодавство со транспонирање на ЕУ директиви, како и изработка на анализи за евентуално идно дополнително намалување на царински стапки за поддршка на домашните извозни претпријатија.

### **Мерка 2. Создавање на услови за интензивирање на трговската соработка и олеснет пристап на меѓународните пазари на стоки и услуги**

Мерката вклучува активности поврзани со идентификување и намалување на бариерите во трговијата во рамките на постоечките склучени договори за слободна трговија и договори за трговска и економска соработка. Истотака ќе се направи и анализа на потребата и можностите за склучување на нови договори за слободна трговија и договори за трговска и економска соработка.

### **Мерка 3. Олеснување и дигитализација на постапките за извоз во системот на прекугранична е-трговија**

Олеснувањето и дигитализацијата на постапките за извоз во системот на прекугранична е-трговија, односно постапките кои претпријатијата треба да ги поминат за да вршат онлајн продажба и извоз на нивните производи, ќе го забрза излезот особено на МСП на странските пазари. Регулирањето на областа на е-трговија меѓудругото подразбира и изготвување и донесување на правила и прописи на внатрешен пазар потребни за понатамошен развој на е-трговијата. Од важност е и имплементација на национален домен за е-трговија усогласен со Import Control System 2 (ICS2) на ЕУ.

### **Мерка 4. Идентификување на идните регулаторни предизвици за извозниците на странските пазари**

Што поголемата подготвеност на македонските извозници за идните регулаторни предизвици на странските пазари е приоритет. Ненавременото исполнување на идните регулаторни барања и услови на извозните пазари може да го ограничи, па дури и целосно стопира

извозот на одредени производи. Поради тоа неопходна е изработка на студија со која ќе се мапираат можни идни регулаторни барања или услови за извоз во ЕУ и други специфични целни пазари. Врз основа на мапирањето, студијата ќе даде и предлог препораки за постапување и приоритети, за усогласување и исполнување, кои претпријатијата во блиска иднина мора да ги задоволуваат за да можат на извезуваат на странските пазари.

### **Посебна цел 1.2. Унапредена законската рамка за финансирање и осигурување на извозот на претпријатијата**

#### **Мерка 5. Создавање законска рамка за формирање на системот за осигурување на извозот**

Во согласност со општата рамка План за забрзан економски раст 2022-2026 на Република Северна Македонија се планира донесување на посебен закон за осигурување и финансирање на извозот. На тој начин ќе се создаде законска рамка за РБСМ, Министерството за финансии и меѓуресорската комисија за промоција на извоз (претставници од министерства, комори, РБСМ и/или други) да го формираат системот за осигурување на извозот во Република Северна Македонија на сметка на државата.

### **Посебна цел 1.3. Ефикасен и функционален систем за институционална поддршка на извозниците**

#### **Мерка 6. Рационализација на институционалната рамка релевантна за поддршка на извозните активности на претпријатијата**

Поквалитетни јавни услуги, со помалку трошоци и процедури, како и зголемен степен на професионалност и ефикасност на државната администрација, се од големо значење за бизнис секторот. Рационализацијата и реорганизацијата на дел од клучните државни институции со законски надлежности поврзани со извозот, треба да даде позитивен стимул на деловната средина за извоз. Поконкретно, во процес на реорганизација е Министерството за економија, а се работи и на спојувања на ФИТР со АПП, и на АСИПИ со ДТИРЗ.

### **Посебна цел 1.4. Интензивиран суштински дијалог и соработка во рамки на извозниот еко-систем**

#### **Мерка 7. Зголемена комуникација и заеднички проекти во рамки на извозниот еко-систем**

Зајакнување на суштинскиот дијалог меѓу клучните чинители во областа на извозот, владата, бизнис коморите, кластерите и другите релевантни субјекти, треба да придонесе кон подобрување и унапредување на деловната средина за поддршка на извозот. Покрај засилениот дијалог,

со Стратегијата се планира и обезбедување поддршка за воспоставување на нови партнерства и зголемена соработка меѓу чинителите на извозниот еко-систем. Зголемената комуникација и размената на искуства и предизвици во рамки на извозниот еко-систем, ќе даде појасна слика за идни потребни чекори за постигнување поповолна деловна клима за поддршка на извозот, односно олеснети услови за претпријатијата за спроведување извозни активности.

## **Општа цел 2: Подобрена информираност и свест за извоз на претпријатијата**

Претпријатијата кои имаат соодветни информации потребни за спроведување извозни активности, успешно и лесно ги спроведуваат извозните постапки и се справуваат со предизвиците. Големината пак на пазарот во Република Северна Македонија, условува постојано подигање на свеста кај претпријатијата за нивна извозна ориентираност. Затоа е важно мотивирањето на претпријатијата за отпочнување со извоз или унапредување на извозот, како и овозможувањето на специјализирани дигитални решенија за олеснет пристап и споделување на информации релевантни за извозни активности. Покрај претходното, секако приоритет е и зголемена запознаеност на претпријатијата со постоечки е-платформи и достапни информации за извозни постапки и можности во земјата, регионот и ЕУ, како и нивно поефикасно користење.

Општата цел 2 ќе се постигне преку спроведување на три посебни цели со соодветни мерки и активности:

### **Посебна цел 2.1. Зголемена мотивираност на претпријатијата за отпочнување со извоз или унапредување на извозот**

#### **Мерка 8. Спроведување на промотивни и едукативни активности за истакнување на важноста на извозот и работите значајни за унапредување на извозот**

Заради истакнување на важноста на извозот и споделување на добри практики ќе се отпочне проект „Извозни шампиони“. Проектот ќе се состои од организирање на годишна награда за прогласување на најдобри извозници, а во рамките на наградата и конференција на која искусни и успешни менаџери на домашни извозници или лица специјалисти за извоз во претпријатијата ќе даваат неформални совети поврзани со извозни активности и ќе ги инспирираат претпријатијата да извезуваат.

Дополнително, покрај зголемена ангажираност на релевантните државни институции преку директни посети на претпријатијата за нивно мотивирање да отпочнат или зголемат извозот, ќе се организираат и отворени средби (од информативен карактер) во државни институции дел од извозниот еко-систем, за претпријатија со интерес за извоз и

постоечки извозници (проект „Отворен ден за извозници“) за прашања поврзани со извозна постапка. Ќе се работи на запознавање и охрабрување на претпријатијата за искористување на можностите на одредени платформи и иницијативи за регионот (на пример CEFTA, Common Regional Market, Open Balkan, Berlin Process).

Ќе се преземат и активности насочени кон подигнување на свеста кај претпријатијата за иновации, дигитализација, потоа неопходноста и можностите кои произлегуваат од правилната употреба на правата на интелектуална сопственост, како и придобивките и процедурите на стандардизацијата што претпријатијата треба да ги следат/исполнат за да пласираат производи на целните извозни пазари.

Ќе се организираат и повеќе настани (работни состаноци) за запознавање на претпријатијата со идни регулаторни барања/услови (CBAM, Eco-design ...) за извоз во ЕУ и специфични целни пазари.

## **Посебна цел 2.2. Достапност на специјализирани дигитални решенија за олеснет пристап и споделување на информации релевантни за извозни активности**

### **Мерка 9. Развој и воведување на е-механизми за олеснето добивање и споделување на информации од значење за извозни активности**

Едноставното, брзо и лесно добивање и споделување на информации од значење за извозните активности на претпријатијата ќе се реализира преку развој и воведување на различни е-механизми.

Затоа, ќе се воспостави онлајн регистар (база со податоци) на достапни инструменти/шеми за финансиска и нефинансиска поддршка на извозните активности на претпријатијата во Република Северна Македонија. Базата ќе придонесе кон зголемена видливост и олеснет пристап до информации за МСП, како и поголемо и поуспешно искористување на достапните инструменти/шеми. Покрај државните инструменти, базата со податоци ќе дава информации и за специјализираните кредитни линии на меѓународните финансиски институции во соработка со локалните комерцијални банки, како и за можностите кои ги нудат повеќе европски проекти кои ја промовираат конкурентноста и соработката на фирмите, а во кои Република Северна Македонија е партнер (Single Market Program, Horizon Europe итн.) Исто така, ќе биде опфатена и поддршката која ја обезбедуваат донаторските проекти, кои се активни во земјата, а имаат за цел зголемување на конкурентноста, продуктивноста, вработеноста и слично.

Заедно, сите чинители на извозниот еко-систем ќе работат и на е-платформа за олеснет извоз, т.е. на е-платформа за промоција на

производите и услугите кои ги нудат македонските претпријатија, и за вмрежување на бизнисите.

Е-механизмот за поплаки и пријавување проблеми поврзани со извозни активности (проект „Извозен омбудсман“) ќе биде уште една алатка од корист за извозниците. На специјализирана адреса за електронска пошта, претпријатијата кои извезуваат ќе може да поднесуваат поплаки, во однос на специфични пречки за извоз, дома и во странство. Како одговор на поплаките, одговорната институција за управување со „Извозниот омбудсман“ ќе предлага подобрување на регулативата и решавање на недоразбирањата, а поплаките кои се однесуваат до странските пазари ќе ги препраќа до соодветната државна институција за понатамошно постапување.

На сличен начин, преку специјализирано електронско сандаче, односно една точка за контакт, ќе се воспостави и систем за поставување прашања за административни процедури поврзани со извоз (извозна документација и постапка, договори за слободна трговија и потекло на стоки, ДДВ при трговија со стоки и услуги...).

### **Посебна цел 2.3. Зголемена запознаеност со постоечки е-платформи и достапни информации за извозни постапки и можности во земјата, регионот и ЕУ, како и нивно поефикасно користење**

#### **Мерка 10. Поттикнување на претпријатијата за зголемена употреба на информациите и податоците за извоз достапни преку различни национални и меѓународни е-платформи и иницијативи**

Преку организирање на промотивни настани ќе се работи на подобро информирање на претпријатијата за можностите кои ги нудат различните е-платформи и иницијативи за поддршка и промоција на извоз, и запознавање на претпријатијата за нови можности за трговска соработка. Тука пред сè се мисли на е-платформи и иницијативи како што се регионалните и светските мрежи за поддршка на МСП кои имаат меѓународни амбиции (на пример Enterprise Europe Network Partnering Opportunities, потоа Supplier Development Program), потоа е-платформите за промоција на производи и услуги и за бизнис контакти со потенцијални купувачи, како и промовирање на поволностите од примената на е-плаќање и е-трговија.

Покрај претходното, во рамки на активностите за спроведување на мерката ќе се работи на воспоставување на посебна група на услуги, на постоечкиот национален портал за е-услуги [uslugi.gov.mk](http://uslugi.gov.mk)<sup>20</sup>, во која извозниците на едно место ќе може да најдат информации за јавните услуги поврзани со извоз, и да користат е-услуги од надлежните органи и

<sup>20</sup> Националниот портал за е-услуги [uslugi.gov.mk](http://uslugi.gov.mk) е воспоставен и управуван од Министерството за информатичко општество и администрација, кое е одговорно за достапноста и техничкото функционирање на порталот, како и системите со кои е поврзан

други субјекти. Ќе се работи и на воведување на нови е-услуги поврзани со извоз.

### **Општа цел 3: Унапредени севкупни извозни капацитети на претпријатијата**

Со оглед на динамичните економски состојби во земјите во светот, неопходно е постојано подобрување и унапредување на севкупните капацитети на претпријатија доколку сакаат да извезуваат. Клучен момент во врска со извозните капацитети на претпријатијата е проценката на нивната подготвеност за извоз, односно идентификување каде претпријатијата треба да се подобрат. Подобрувањето може да се движи од зајакнување на човечките капацитети во самите претпријатијата, па до зајакнување на техничко-технолошките и иновациските капацитети на претпријатијата, што треба да доведе до зголемена додадена вредност на извозот. Воспоставувањето на основни извозни капацитети кај МСП со мало или без извозно искуство е од големо значење затоа што тоа ќе значи зголемување на бројот на претпријатија извозници, како и бројот на извозни производи. Заради достапноста на различни извори на финансирање кои поддржуваат извозна конкурентност, фокус ќе биде ставен и на зголемена подготвеност на претпријатијата за аплицирање за финансиски средства.

Општата цел 3 ќе се постигне преку спроведување на пет посебни цели со соодветни мерки и активности:

#### **Посебна цел 3.1. Воспоставен систем за проценка на подготвеност за извоз на МСП**

##### **Мерка 11. Воведување едноставна е-алатка за МСП за самостојно утврдување на подготвеност за извоз**

Проценката на подготвеноста за извоз на МСП е од клучно значење како за самите претпријатија, така и за државните институции со надлежности во делот на поддршка на извозниците. Токму воведувањето на алатка за првична проценка за подготвеноста за извоз на претпријатијата, може да помогне во идентификување на слабите точки на претпријатието, утврдување на предлог приоритетни области каде претпријатието може да добие државна поддршка (финансиска/нефинансиска), како и одредување кои од достапните владини инструменти за поддршка се најсоодветни.

Со мерката се предвидува изработка на интерактивна е-алатка за самопроценка на подготвеност за извоз на МСП, односно МСП сами на едноставен и лесен начин да можат да ја проценат својата подготвеност за извоз.

**Посебна цел 3.2. Воспоставени и унапредени основни капацитети за извоз, во МСП со мало или без извозно искуство, преку стандардизирани менторски услуги и програми**

**Мерка 12. Воспоставување основни капацитети за извозни активности во МСП со мало или без извозно искуство**

Оваа мерка е наменета особено за МСП со мало или без извозно искуство. Поддршка за воспоставување на основни капацитети за извозни активности се остварува преку стандардизирани менторски услуги за интернационализација. Корисниците на менторските услуги заедно со менторот ќе работат на анализа на моменталната состојба во која се наоѓа претпријатието, утврдување на клучните сегменти во кои е потребна поддршка, преточени во акциски план за надминување на истите, како и помош во решавањето на некои од нив.

Дополнително, за претпријатијата со минимално извозно искуство и голем извозен потенцијал, со цел да ги зголемат колку што е можно повеќе своите извозни способности, односно својата конкурентност, ќе се развие и отпочне специјализирана менторска програма „Извозен акцелератор“. Извозниот акцелератор ќе овозможи деловна анализа на можностите за извоз на претпријатието, обуки за извоз и техничка подготвеност, нови вештини и знаења за извоз, демонстрациски проекти за извоз на селектирани производи, практична поддршка за извоз на одредени производи и др.

**Посебна цел 3.3. Зајакнати човечки капацитети на претпријатијата за спроведување извозни активности**

**Мерка 13. Поттикнување развој и унапредување на вештини и култура за интернационализација на човечките ресурси во претпријатијата**

Со мерката за поттикнување развој и унапредување на вештини и култура за интернационализација на човечките ресурси во претпријатијата ќе се поддржат активностите на претпријатијата за јакнење на човечките капацитети преку специјализирани обуки за постоечки кадар поврзани со надворешно трговско работење, финансиски консалтинг и други прашања поврзани со извозот, користење на електронски платформи и бази, подобрување на постоечките и/или градење на нови маркетинг капацитети, односно воведување нови модерни онлајн маркетинг техники и методи на електронска продажба.

Поддршка ќе се овозможи и за програми за обука и усовршување на вработени во странство заради стекнување нови вештини потребни за реализација на производство за извоз.

### **Посебна цел 3.4. Зајакнати техничко-технолошки и иновациски капацитети на претпријатијата за активности поврзани со извоз**

#### **Мерка 14. Унапредување на постоечките и воспоставување нови техничко-технолошки и иновациски капацитети во претпријатијата**

Со оваа мерка се поддржуваат повеќе аспекти од техничко-технолошките и иновациските капацитети во претпријатијата. Па така, се обезбедува поддршка за воведување на нови иновативни производи или процеси, нови организациски модели и/или решенија; развивање и спроведување на планови за зелена и дигитална трансформација, и циркуларна економија, како и поттикнување на соработка помеѓу науката и бизнисот во истражување, развој и иновации и паметна специјализација. Потоа се дава поддршка за претпријатијата за набавка на нова и чиста технологија, машини и опрема, со цел зголемување на производните капацитети, извозната конкурентност и полесно вклучување во глобалните синџири на снабдување.

Претпријатијата ќе може да добијат поддршка за активности поврзани со декарбонизација на производството, потоа еколошките аспекти во сите фази од процесот на развој на производот, како и активности поврзани со одржливо и одговорно корпоративно однесување. Целта е да се постигне усогласување со ЕУ Механизмот за прилагодување на границите на емисии на јаглерод диоксид (Carbon Border Adjustment Mechanism - CBAM), потоа регулативите за еко-дизајн за одржливи производи, и за длабинска анализа на корпоративната одржливост.

Мерката се однесува и за воведување на меѓународни стандарди или усогласување со нив, со цел настап на странски пазари каде тие стандарди се неопходни, како и кофинансирање на дел од трошоците за официјални такси за регистрација во меѓународни институции (WIPO, EPO, EUIPO и други) за меѓународна заштита на правата на индустриска сопственост.

Доколку кај извозниците постои недостаток или недоволна техничка експертиза за одредени прашања овозможена е поддршка за претпријатијата за ангажирање домашни и/или странски експерти.

### **Посебна цел 3.5. Зголемена подготвеност на претпријатијата за аплицирање кај извори на финансирање кои поддржуваат извозна конкурентност**



### **Мерка 15. Јакнење на капацитетите на претпријатијата за подготовка на проектни апликации за финансиски средства**

Различни извори на финансирање кои поддржуваат конкурентност, односно извозна конкурентност им се достапни на претпријатијата. За успешно аплицирање и искористување на овие можности потребна е соодветна подготвеност на претпријатијата. Со оваа мерка се овозможува експертска поддршка за извозниците за аплицирање за финансиски средства за извозна конкурентност кои ги нудат различни програми, а се обезбедува и поддршка за организирање на работилници за подготовка на потребна документација за аплицирање на јавни повици за доделување на финансиски средства обезбедени од национални и меѓународни програми.

### **Општа цел 4: Засилена промоција на извозните потенцијали и поврзување со странските пазари**

Спроведувањето на различни промотивни активности поврзани со извоз придонесува за зголемена видливост и препознатливост на извозниот потенцијал на една земја, односно препознатливост на производитите и претпријатијата од таа земја. За претпријатијата тоа значи во одредени апспекти олеснето интегрирање во синџирите на снабдување или вредносните синџири, како и можност за поврзување со странските пазари и нови можности за зголемување на продажбата.

Кога се зборува за промоцијата на извозните потенцијали треба да се има во предвид и се поголемата дигитализација и користење на дигитални платформи во светот. Затоа, неопходно е да се предвиди и соодветна поддршка за оптимизирано дигитално присуство на претпријатијата во странство, односно користење на онлајн маркетинг, е-трговија, е-плаќање, потоа присуство на производитите во електронски бази на податоци за трговија итн.

Општата цел 4 ќе се постигне преку спроведување на три посебни цели со соодветни мерки и активности:

#### **Посебна цел 4.1. Зголемена видливост и препознатливост на македонскиот извозен потенцијал**

### **Мерка 16. Засилена промоција на земјата како поволна дестинација за инвестирање, водење бизнис и надворешно трговско работење**

Заради зголемена координација на севкупните промотивни активности ќе се изготви национален план за промоција на земјата кој ќе претставува јасен патоказ за промоција на економските и трговските интереси на земјата, промоција на производи, подобрување на извозот и привлекување СДИ. Од друга страна, ќе се овозможи поддршка на ниво на претпријатие за изработка на стратегии и маркетинг планови за извоз,

брендирање, како и изработка на студии за истражување за влез на нови пазари или подобро позиционирање на постоечките пазари.

Ќе се организираат настани за промоција на македонскиот извоз, B2B средби и „купувачки мисии“ за потенцијални купувачи од земји кои се идентификувани како стратешки пазари, а ќе се засили и промоцијата на СДИ заради зголемување на меѓународната видливост на Република Северна Македонија, што пак во одреден аспект ги олеснува извозните напори на долг рок.

Преку мерката ќе се обезбеди поддршка за претпријатијата за настап на меѓународни трговски саеми, преку концептот на организирање национален штанд и/или поддршка за самостоен настап.

Ќе се отпочне со спроведување на промотивни активности во формат на успешни приказни на увозници/корисници на македонски производи (правни или физички лица од странство кои ќе споделат успешни приказни за соработка со македонски извозници или позитивно искуство од користење македонски производи). Концептот ќе се користи за поттикнување на извозот во целни странски пазари, односно отпочнување или зголемување на извозот во специфични земји (проект „Успешни приказни на увозници“).

#### **Посебна цел 4.2. Полесно интегрирање на претпријатијата во синџирите на снабдување, како и поврзување со странските пазари**

##### **Мерка 17. Зголемено задоволување/исполнување на барањата /условите за меѓународно работење на претпријатијата и вклученост на меѓународните пазари**

Преку мерката се обезбедува поддршка на малите и средни претпријатија да ја зголемат нивната софистицираност, за да поефикасно се натпреваруваат и да се интегрираат во глобалните и регионалните синџири на снабдување на големите странски претпријатија лоцирани во и надвор од специјалните економски зони (ТИРЗ и ИЗЗ) во Република Северна Македонија. Достапни ќе се и советодавни услуги за подобрена интеграцијата на претпријатијата во европските синџири на вредности.

За полесно влегување и поврзување со странските пазари, со Стратегијата се планира и поддршка за претпријатијата за ангажирање на експерти-консултанти (или консултантски фирми) кои работат на странски пазари (проект „Destination Advisers“), специјализирани во делот на трговска промоција, да даваат совети кои може да им помогнат на домашните претпријатија за влез на одреден пазар, пронаоѓање на купувачи на пазарот и развој на сопствена продажна мрежа. Експертите-консултанти (или консултантските фирми) може да бидат вклучени и за

одредени организациски активности потребни за македонските извозни претпријатија.

#### **Мерка 18. Поттикнување на кластерски извозен пристап на МСП**

Имајќи предвид дека на многу МСП им недостасуваат вештини и ресурси за ефикасен пристап и настап на меѓународните пазари, како и промоција и вмрежување, здружувањето на ресурси се појавува како потенцијално решение за намалување на тие бариери. Затоа поттикнувањето и поддршката за формирање на извозни конзорциуми, односно кластерски извозен пристап на МСП е од голема важност. Мерката се однесува на поддршка и развој на проекти поврзани со кластерско здружување за полесен настап на странски пазари.

#### **Мерка 19. Поттикнување споделување на просторни ресурси на македонски субјекти во странство заради спроведување извозни активности**

Целта на мерката е поттикнување на воспоставување соработка заради искористување на постоечки слободни просторни капацитети (канцеларии, магацини и друг деловен простор) во странство, односно нивно споделување. Се работи за слободни просторни капацитети на македонски претпријатија во странство, како и слободни просторни капацитети на ДКП-а на Република Северна Македонија, а кои би можело да се искористат од страна на македонски претпријатија за работа и состаноци, за време на нивниот престој во соодветната странска земја. Споделувањето на овие просторни ресурси би овозможило флексибилност и поддршка на бизнисите, заштеда на ресурси и полесно интегрирање на претпријатијата на странските пазари. Затоа ќе се спроведе активност за создавање на база на достапни просторни капацитети во странство кои би можеле да ги користат и други заинтересирани домашни извозници за настап на тој пазар (концепт „Co-working Space“).

#### **Посебна цел 4.3. Оптимизирано дигитално присуство во странство (онлајн маркетинг, е-трговија, бази на податоци за трговија итн.)**

#### **Мерка 20. Зголемена промоција и трговија на македонските извозни потенцијали преку различни е-платформи**

Во време на се поголема дигитализација и е-трговија неопходна е одредена поддршка на претпријатијата за оптимизирање на нивното дигитално присуство во странство. Со Стратегијата се планира поддршка на активности поврзани со онлајн маркетинг, воведување и користење на прекугранични дигитални продажни канали (е-трговија), а заради забрзување и зголемување на продажбата, и ширење на активностите во странство.

## **Општа цел 5: Олеснето и зголемено финансирање и осигурување на извозот на претпријатијата**

Воспоставувањето систем за финансирање на извозот прилагоден на потребите на пазарот е од големо значење, поради трошоците поврзани и со директниот извоз и со подготовката за извоз, кои може да бидат значителни особено за МСП. Токму затоа еден сегмент од портфолиото за поддршка на извозниот сектор се однесува на обезбедување поволни кредитни линии за извозниците и управување со извозните ризици.

Во Република Северна Македонија партнер за финансиска поддршка на микро, малите и средни претпријатија е државната Развојна банка на Северна Македонија АД Скопје (РБСМ). РБСМ е со мисија преку промоција и понуда на поволни финансиски производи за микро, малите и средни претпријатија да се создаде амбиент за подобрување на домашната конкурентност, поддршка на извозот и економскиот раст и развој.

Општата цел 5 ќе се постигне преку спроведување на две посебни цели со соодветни мерки и активности:

### **Посебна цел 5.1. Намален трошок на претпријатијата за финансирање на активности за поддршка на извозот**

#### **Мерка 21. Обезбедување поволни кредитни линии за претпријатијата**

Мерката се однесува на поддршка на извозниците преку директно кредитирање за набавка на основни и обртни средства, како и кредитирање преку деловни банки за набавка на основни и обртни средства. Дополнително е опфатена и поддршка преку поволни кредитни производи за дигитализација и дигитална трансформација, како и финансирање на проекти за подобрување на енергетската ефикасност, енергетска одржливост и обновливи извори на енергија на долг рок.

### **Посебна цел 5.2. Подобрено управување со финансирањето на извозните ризици**

#### **Мерка 22. Обезбедување поволни финансиски производи за управување со извозните ризици**

Оваа мерка се однесува на поддршка на извозниците за обезбедување на кредитниот ризик преку различни производи од гарантната шема. Се работи за индивидуална гаранција за поддршка на големите претпријатија кои вршат извоз, со цел полесно да дојдат до неопходните финансиски средства за функционирање; потоа портфолио гаранции за поддршка на микро, мали и средни претпријатија, вклучувајќи ги и извозниците, за полесно да дојдат до неопходните финансиски средства за нивно функционирање; како и општа гаранција за царински долг при увоз за облагородување, наменета за домашни претпријатија кои вршат увоз на материјали заради облагородување и повторен извоз.

Исто така, со мерката е опфатена и поддршка на извозниците за осигурување на извозните побарувања од комерцијални или политички ризици, односно осигурување на извозните побарувања од комерцијални (стечај, продолжено неисполнување на обврските-плаќањата од страна на странскиот купувач) или политички ризици (ризик од војна или слично, ризик од укинување на дозвола, непочитување на договор), а се обезбедува и факторинг услуга за продажба на стоки и услуги во странство на одложено плаќање.

## 4. Рамка за следење, оценување и известување

Согласно Упатството за структурата, содржината и начинот на подготвување, спроведување, следење, известување и оценување на секторските и мултисекторските стратегии, следењето на спроведувањето на Стратегијата е клучно за да се обезбеди ефективна и ефикасна имплементација како и постигнување на среднорочно и долгорочно влијание на извозот на БДП на земјата.

Клучна институција за Стратегијата за промоција на извозот е Агенцијата за странски инвестиции и промоција на извозот, во соработка со Министерството за економија и другите релевантни министерства, институции и тела.

Во оваа насока, Министерството за економија треба да изготви План за следење и оценка на спроведувањето на Стратегијата со придружена методологија за консултирање на засегнатите страни во оценката на спроведувањето. Планот за следење и оценка треба да предвидува:

- Годишни планови за спроведување на мерките и активностите од стратегијата, вклучувајќи и план за координација на имплементацијата во кој ќе бидат вклучени министерства, институции, комори, кластери, проекти и сл.;
- Годишен извештај за спроведувањето од страна на органите на државна управа надлежни за спроведување на мерки од Стратегијата, кои се доставуваат до Министерството за економија на претходно усвоен образец;
- Годишен извештај за спроведувањето на активностите и исполнување на целите на Стратегијата поднесен од Министерството за економија до Владата на Република Северна Македонија;
- Надворешна оценка на спроведување на Стратегијата.

Извештаите за степенот на реализација и постигнување на целите од Стратегијата ќе бидат основа за понатамошни ревизии и дополнувања на Стратегијата вклучително и на Акцискиот план.

Во насока на постигнување повисоко ниво на транспарентност и отчетност, годишните извештаи и планови ќе бидат достапни на интернет страниците на Министерството за економија.

Искуството во минатото кога станува збор за спроведување на стратегии во Република Северна Македонија покажува дека добро поставена стратегија базирана на конкретно дефинирани мерки и политики е добра основа, но тоа не е секогаш доволно. Најважното прашање кое се поставува како предуслов за успешно спроведување на Стратегијата е дали е обезбедена ефективна рамка за спроведување која подразбира прецизно дефинирана временска

рамка (акциски план), соодветен и стабилен буџет за финансирање на одделните мерки и политики, посветен ангажман за мобилизирање на донаторските фондови, јасни институционални одговорности и цврсти капацитети, ефективна координација со другите јавни тела, редовен јавно-приватен дијалог, како и ефективни системи за следење, оценување и известување. Оттука, во рамките на Стратегијата се предлага институционална рамка за ефикасно спроведување на предложените мерки и активности, како и рамка за следење која претставува основа за мерење на постигнатите резултати и утврдување на причините за потенцијалното отстапување во остварувањето на планираните резултати. Со тоа се овозможува следливост на процесот на реализација на предлог мерките и активностите, оценка на ефектите кои истите ги даваат и известување за прогресот во исполнување на поставените показатели во рамките на самата Стратегија.

Предлог мерките во рамките на Стратегијата се дефинирани во еден инклузивен процес заедно со сите засегнати страни како што се голем број извозни претпријатија од различни сектори, стопански комори, државни институции и други чинители. Сепак, тој процес треба да продолжи и во процесот на спроведување на предлог политиките и мерките преку јавно-приватен дијалог со цел детално дефинирање на условите, динамиката, буџетите, начинот на аплицирање и селекција на претпријатијата. Секако, врз база на процесот на оценување на ефектите на самите мерки и евентуалните промени во глобалните трговски и финансиските текови, се остава можност за надградување и/или надополнување на дел од мерките во заедничка соработка со сите засегнати страни, со фокус на приватниот сектор.

Не помалку важна е координацијата помеѓу надлежните институции во спроведување на мерките и активностите со оглед што истите треба да постигнат синергетски ефекти во јакнење на конкурентноста и поголема промоција на извозниот сектор и извозните претпријатија. Заради поголема координација во спроведувањето на Стратегијата ќе се формира и Координативно тело составено од клучните чинители на извозниот екосистем.

Дополнително, уште поважна е целосна синхронизација на оваа стратегија со Индустриската стратегија 2018-2027 и Стратегијата за паметна специјализација 2023-2027, Националната развојна стратегија која е во процес на изработка, како и со Програмата за економски реформи и Планот за економски раст. Во таа насока, секоја институција треба да ги знае своите надлежности во спроведувањето на активностите, да има претходно обезбеден буџет за секоја институција поединечно и секоја институција да има доволно силни институционални капацитети за ефикасно спроведување на мерките.

## Показателите на успешност

Заради обезбедување транспарентност и отчетност за постигнатите резултати и можност за споредба меѓу планираниот и реално остварен резултат по години, утврдена е рамка за следење. Рамката за следење ја сочинуваат показатели на успешност на различно ниво, појдовна, преодна и крајна вредност на показателите, начинот на прибирање и анализа на податоците за вредностите на показателите, како и постапките за известување и оценување на спроведувањето на стратегијата.

Непосредно поврзан со општите цели на Стратегијата е показателот за ефект со кој се мерат среднорочните и долгорочните севкупни промени или ефекти во областа или сродните области кои можат да настанат како резултат на спроведувањето на политиките утврдени во Стратегијата. Показателите се квантитативни и/или квалитативни податоци кои се во функција на мерење, следење и оценување на општите цели во секоја од приоритетните области опфатени со Стратегијата.

За општите цели на Стратегијата за промоција на извозот на Република Северна Македонија 2024-2027 утврдени се следните показатели на успешност:

Општа цел со која е поврзан показателот	<b>Унапредена и подобрена деловна средина за поддршка на извозот (Општа цел 1)</b>		
Назив на показателот	<b>Просечен резултат за олеснување на трговијата<sup>21</sup></b>		
Извор на податоците	OECD Trade Facilitation Indicators, <a href="http://www.compareyourcountry.org/trade-facilitation/en/0/default/datatable/">http://www.compareyourcountry.org/trade-facilitation/en/0/default/datatable/</a>		
Начин и динамика на прибирање на податоците	Прибирањето на податоците е на две години, со оглед на фактот дека изворот на податоците ја има утврдено таа временска рамка за ажурирање на податоците		
Орган на државната управа задолжен за прибирање на податоците	Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот на Република Северна Македонија (АСИПИ)		
Методологија на пресметување на вредностите на показателот	<a href="https://www.oecd.org/trade/topics/trade-facilitation/documents/trade-facilitation-indicators-methodology.pdf">https://www.oecd.org/trade/topics/trade-facilitation/documents/trade-facilitation-indicators-methodology.pdf</a>		
Вредност на показателот	Почетна вредност	Преодна вредност	Крајна вредност
	2022 година	2025 година	2027 година

<sup>21</sup> Просечниот резултат за олеснување на трговијата (**Average Trade Facilitation Performance**) се добива од еднаесет индикатори за олеснување на трговијата кои може да имаат вредности од 0 до 2, каде што 2 означува најдобар резултат што може да се постигне. Индикаторите не се само одраз на регулаторната рамка во одредена земја, туку колку е можно ја прикажуваат и состојбата со имплементација на различни мерки за олеснување на трговијата.



	1,386	> 1,5	> 1,6
Општа цел со која е поврзан показателот	<b>Подобрена информираност и свест за извоз на претпријатијата (Општа цел 2)</b>		
Назив на показателот	<b>Индекс на склоност кон извоз<sup>22</sup></b>		
Извор на податоците	Државен завод за статистика – Република Северна Македонија (Бруто-домашен производ на Република Северна Македонија)		
Начин и динамика на прибирање на податоците	Прибирањето на податоците е на годишно ниво, а еднаш во годината е и објавувањето на податоците.		
Орган на државната управа задолжен за прибирање на податоците	Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот на Република Северна Македонија (АСИПИ)		
Методологија на пресметување на вредностите на показателот	<a href="https://www.stat.gov.mk/MetodoloskiObjasSoop.aspx?id=32&amp;rbrObl=7">https://www.stat.gov.mk/MetodoloskiObjasSoop.aspx?id=32&amp;rbrObl=7</a> ( Извоз на стоки и на услуги / БДП ) x 100		
Вредност на показателот	Почетна вредност	Преодна вредност	Крајна вредност
	2021 година	2025 година	2027 година
	66,2%	70%	75%
Назив на показателот	<b>Број на претпријатија извозници</b>		
Извор на податоците	Државен завод за статистика – Република Северна Македонија (База на податоци МакСтат - Стоковна размена според видот и секторите на дејноста на извозниците и увозниците, по години)		
Начин и динамика на прибирање на податоците	Прибирањето на податоците е на годишно ниво, а еднаш во годината е и објавувањето на податоците.		
Орган на државната управа задолжен за прибирање на податоците	Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот на Република Северна Македонија (АСИПИ)		
Методологија на пресметување на вредностите на показателот	<a href="https://www.stat.gov.mk/MetodoloskiObjasSoop.aspx?id=124&amp;rbrObl=23">https://www.stat.gov.mk/MetodoloskiObjasSoop.aspx?id=124&amp;rbrObl=23</a>		
Вредност на показателот	Почетна вредност	Преодна вредност	Крајна вредност
	2021 година	2025 година	2027 година

<sup>22</sup> Индекс на склоност кон извоз (**Export Propensity Index - EPI**) е показател кој го покажува учеството на извозот на стоки и на услуги во структурата на БДП на земјата. Се движи од 0 до 100% при што повисока вредност значи поголема склоност на домашните претпријатија за извоз на странски пазар наспроти продажбата на домашниот пазар.

	3.836	> 4.000	> 4.220
Општа цел со која е поврзан показателот	<b>Унапредени севкупни извозни капацитети на претпријатијата (Општа цел 3)</b>		
Назив на показателот	<b>Индекс на економска сложеност (ранг)<sup>23</sup></b>		
Извор на податоците	Harvard Growth Lab, <a href="https://atlas.cid.harvard.edu/rankings">https://atlas.cid.harvard.edu/rankings</a>		
Начин и динамика на прибирање на податоците	Прибирањето на податоците е на годишно ниво, а еднаш во годината е и објавувањето на податоците.		
Орган на државната управа задолжен за прибирање на податоците	Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот на Република Северна Македонија (АСИПИ)		
Методологија на пресметување на вредностите на показателот	<a href="https://growthlab.hks.harvard.edu/sites/projects.iq.harvard.edu/files/growthlab/files/harvardmit_atlasofeconomiccomplexity.pdf">https://growthlab.hks.harvard.edu/sites/projects.iq.harvard.edu/files/growthlab/files/harvardmit_atlasofeconomiccomplexity.pdf</a>		
Вредност на показателот	Почетна вредност	Преодна вредност	Крајна вредност
	2021 година	2025 година	2027 година
	54	< 48	< 40
Назив на показателот	<b>Број на извозници со интензитет<sup>24</sup> на извоз 25%-49% (% од вкупниот број на извозници)</b>		
Извор на податоците	Извор: Државен завод за статистика – Република Северна Македонија (База на податоци МакСтат - Стоковна размена и број на претпријатија според секторите на дејност и интензитетот на извозот, по години)		
Начин и динамика на прибирање на податоците	Прибирањето на податоците е на годишно ниво, а еднаш во годината е и објавувањето на податоците.		
Орган на државната управа задолжен за прибирање на податоците	Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот на Република Северна Македонија (АСИПИ)		
Методологија на пресметување на вредностите на показателот	<a href="https://www.stat.gov.mk/MetodoloskiObjasSoop.aspx?id=124&amp;rbrObl=23">https://www.stat.gov.mk/MetodoloskiObjasSoop.aspx?id=124&amp;rbrObl=23</a>		
Вредност на показателот	Почетна вредност	Преодна вредност	Крајна вредност
	2021 година	2025 година	2027 година

<sup>23</sup> Индексот на економска сложеност (**Economic Complexity Index - ECI**) ја покажува различноста и софистицираноста на продуктивните способности на една земја преку нејзиниот извоз. Највисокиот ранг е 1 и одговара на земјата со највисок Индекс на економска сложеност во таа година.

<sup>24</sup> учество на извозот во прометот на претпријатието

	7,7%	18%	30%
Општа цел со која е поврзан показателот	<b>Засилена промоција на извозните потенцијали и поврзување со странските пазари (Општа цел 4)</b>		
Назив на показателот	<b>Индекс на продор на извозни пазари<sup>25</sup></b>		
Извор на податоците	World Integrated Trade Solution (WITS) – United Nations Statistics Division (UNSD) Comtrade, <a href="https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/MKD/Year/2021">https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/MKD/Year/2021</a>		
Начин и динамика на прибирање на податоците	Прибирањето на податоците е на годишно ниво, а еднаш во годината е и објавувањето на податоците.		
Орган на државната управа задолжен за прибирање на податоците	Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот на Република Северна Македонија (АСИПИ)		
Методологија на пресметување на вредностите на показателот	<a href="http://wits.worldbank.org/WITS/docs/TradeOutcomes-UserManual.pdf">http://wits.worldbank.org/WITS/docs/TradeOutcomes-UserManual.pdf</a> (2-7 Index of Export Market Penetration, p.34)		
Вредност на показателот	Почетна вредност	Преодна вредност	Крајна вредност
	2021 година	2025 година	2027 година
	4,19	> 6	> 8
Назив на показателот	<b>Број на извозници со повеќе од една земја партнер (% од вкупниот број на извозници)</b>		
Извор на податоците	Извор: Државен завод за статистика – Република Северна Македонија (База на податоци МакСтат - Стоковна размена и број на претпријатија според дејност по НКД Рев.2 и број на партнер земји, по години)		
Начин и динамика на прибирање на податоците	Прибирањето на податоците е на годишно ниво, а еднаш во годината е и објавувањето на податоците.		
Орган на државната управа задолжен за прибирање на податоците	Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот на Република Северна Македонија (АСИПИ)		
Методологија на пресметување на вредностите на показателот	<a href="https://www.stat.gov.mk/MetodoloskiObjasSoop.aspx?id=124&amp;rbrObl=23">https://www.stat.gov.mk/MetodoloskiObjasSoop.aspx?id=124&amp;rbrObl=23</a>		
Вредност на показателот	Почетна вредност	Преодна вредност	Крајна вредност
	2021 година	2025 година	2027 година

<sup>25</sup> Индексот на продор на извозни пазари (**Index of Export Market Penetration**) е показател кој го мери степенот до кој извозот на една земја достигнува веќе докажани пазари. Се пресметува како број на земји во кои една земја извезува одреден производ поделен со бројот на земји кои пријавиле увоз на производот таа година. Повисок Индекс на продор на извозни пазари означува присуство на поголем број на пазари.

	44%	> 50%	> 55%
Општа цел со која е поврзан показателот	<b>Олеснето и зголемено финансирање и осигурување на извозот на претпријатијата (Општа цел 5)</b>		
Назив на показателот	<b>Процент од претпријатијата<sup>26</sup> кои го идентификуваат пристапот до финансии како главно ограничување</b>		
Извор на податоците	World Bank Enterprise Surveys, <a href="https://www.enterprisesurveys.org/en/data/exploreeconomies/2019/north-macedonia#finance">https://www.enterprisesurveys.org/en/data/exploreeconomies/2019/north-macedonia#finance</a>		
Начин и динамика на прибирање на податоците	Прибирањето на податоците е на четири годишно ниво, со оглед на фактот дека изворот на податоци спроведува истражување на секои 3 до 4 години.		
Орган на државната управа задолжен за прибирање на податоците	Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот на Република Северна Македонија (АСИПИ)		
Методологија на пресметување на вредностите на показателот	<a href="https://www.enterprisesurveys.org/content/dam/enterprisesurveys/documents/methodology/Indicator-Description.pdf">https://www.enterprisesurveys.org/content/dam/enterprisesurveys/documents/methodology/Indicator-Description.pdf</a> (Percent of firms identifying access to finance as a major constraint, p.90)		
Вредност на показателот	Почетна вредност		Крајна вредност
	2019 <sup>27</sup> година		2027 година
	11,9%		< 4%

<sup>26</sup> директниот извоз е 10% или повеќе од продажбата

<sup>27</sup> доколку се објават податоците за 2023 година пред усвојувањето на Стратегијата, податокот ќе биде ажуриран

## 5. Управување со ризици

Поаѓајќи од фактот дека се работи за мултисекторски пристап кој вклучува претставници од повеќе институции како и приватниот сектор, неопходно е идентификување на претпоставките и ризиците, за да може навремено да се преземат превентивни мерки и да се минимизираат негативните влијанија.

Една од основните претпоставки за континуирано и сеопфатно спроведување на Стратегијата за промоција на извозот е политичката стабилност. Бизнис секторот информира за негативни влијанија кои **политичката нестабилност** ја има врз неговото работење, намалување на извозот и осцилации на финансиските текови. Промоцијата на извозот треба да се наоѓа на врвот на списокот на приоритети на институциите, и како таква треба да биде интегрален дел од Националната развојна стратегија.

Дополнително, **недоволниот дијалог и соработка помеѓу чинителите на извозниот еко-систем**, односно подготвеноста на сите засегнати страни меѓусебно да се слушаат и соработуваат, особено во формулирањето и спроведувањето на поволна и стимулативна регулатива и програми за поддршка на извозот, е можен ризик за спроведување на целите на Стратегијата. Од особено значење е одржувањето на посветеноста и редовните средби за оценка на процесот, бидејќи во спротивно, спроведувањето на Стратегијата може да се најде во целосен застој.

Новите околности на пазарот, односно **недостаток на работна сила на пазарот на труд и растот на платите**, може во наредниот период да доведе до засилена потреба за дигитализација во претпријатијата.

Ризик	Веројатност за настанување на ризикот	Влијание на ризикот врз остварување на целите	Мерки за справување со ризикот
Политичка нестабилност	мала	средно	Воспоставување на функционален систем на поддршка на извозни активности на претпријатијата
Недоволен дијалог и соработка помеѓу чинителите на извозниот еко-систем	мала	средно	Воспоставување на континуиран дијалог во рамки на извозниот еко-систем
Недостаток на работна сила на пазарот на труд	средно	средно	Зголемена поддршка на претпријатијата за дигитализација и иновации



## 6. Акциски план

Општите и посебните цели ќе се реализираат преку вкупно 22 мерки и 47 активности во текот на четиригодишен период, за што е изготвен Акциски план (Анекс 1.). Во Акцискиот план се дефинирани водечките институции, почетен и планиран датум на извршување, дадена е проценка на потребните средства и кои се изворите на финансирање, а утврдени се и показатели за очекуван резултат поврзан со мерките/активностите.

## 7. Индикативен финансиски план

Потребните средства за спроведување на Стратегијата за промоција на извозот 2024-2027 ќе се обезбедуваат од Буџетот на Република Северна Македонија, односно дел од постојни програми и дел преку проширување на постојните програми на Министерството за економија и другите државни институции со надлежности кои се однесуваат на поддршка на извозните активности на претпријатијата.

Со оглед на тоа што е предвидено мерките и активностите од Стратегијата да се спроведуваат во соработка со останати чинители, пред сè деловниот сектор и нивните претставници, се очекува покрај средствата од Буџетот на Република Северна Македонија да се обезбедат и средства од донаторската заедница, вклучително и од ЕУ фондови.

Во Акцискиот план на Стратегијата за предлог мерките и активностите е дадена и проценка на потребни средства за нивно спроведување.



Табела 7. Индикативен финансиски план

ИНДИКАТИВЕН ФИНАНСИСКИ ПЛАН ЗА ПЕРИОД НА ВАЖЕЊЕ НА АКЦИСКИОТ ПЛАН 2024-2025 <sup>28</sup>						
Општа и посебна цел, мерка	Структура на финансирање (во %)	Вкупно (ден.)		Буџет на институцијата (ден.)	Други извори на финансирање	
		2024	2025		(ден.)	Назив на потенцијалниот извор на финансирање
<b>1. Општа цел 1</b>	<b>0,7 %</b>	<b>700.000</b>	<b>700.000</b>	<b>1.400.000</b>		
<b>1.1. Посебна цел</b>						
Мерка 1		-	-	-		
Мерка 2		-	600.000	600.000		
Мерка 3		-	-	-		
Мерка 4		600.000	-	600.000		
<b>1.2. Посебна цел</b>						
Мерка 5		-	-	-		
<b>1.3. Посебна цел</b>						
Мерка 6		-	-	-		
<b>1.4. Посебна цел</b>						
Мерка 7		100.000	100.000	200.000		
<b>2. Општа цел 2</b>	<b>2,8 %</b>	<b>4.200.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>2.400.000</b>	<b>3.000.000</b>	
<b>2.1. Посебна цел</b>						
Мерка 8		1.150.000	1.150.000	2.300.000		
<b>2.2. Посебна цел</b>						
Мерка 9		3.000.000	-	-	3.000.000	
<b>2.3. Посебна цел</b>						
Мерка 10		50.000	50.000	100.000		
<b>3. Општа цел 3</b>	<b>47,9 %</b>	<b>46.800.000</b>	<b>46.500.000</b>	<b>93.000.000</b>	<b>300.000</b>	
<b>3.1. Посебна цел</b>						
Мерка 11		300.000	-	-	300.000	
<b>3.2. Посебна цел</b>						
Мерка 12 <sup>29</sup>		3.000.000	3.000.000	6.000.000		
<b>3.3. Посебна цел</b>						
Мерка 13		1.000.000	1.000.000	2.000.000		
<b>3.4. Посебна цел</b>						
Мерка 14		34.500.000	34.500.000	69.000.000		
<b>3.5. Посебна цел</b>						
Мерка 15 <sup>30</sup>		8.000.000	8.000.000	16.000.000		
<b>4. Општа цел 4</b>	<b>48,6 %</b>	<b>73.330.000</b>	<b>21.400.000</b>	<b>42.800.000</b>	<b>51.930.000</b>	
<b>4.1. Посебна цел</b>						
Мерка 16		4.000.000	4.000.000	8.000.000		
<b>4.2. Посебна цел</b>						
Мерка 17 <sup>31</sup>		57.030.000	5.100.000	10.200.000	51.930.000	ДТИРЗ / IFC
Мерка 18		10.000.000	10.000.000	20.000.000		
Мерка 19		-	-	-		
<b>4.3. Посебна цел</b>						
Мерка 20		2.300.000	2.300.000	4.600.000		

<sup>28</sup> Најголем дел од средствата во Индикативниот финансиски план произлегуваат од Нацрт буџет за 2024 година за Потпрограма 11 – Индустриска политика, од Раздел 10001 – Министерство за економија

<sup>29</sup> Потенцијален извор на финансирање, односно обезбедување на дел од средствата за мерката е годишната Програма за поддршка на претприемништвото, конкурентноста и иновативноста на МСП на Агенцијата за поддршка на претприемништвото на Република Северна Македонија

<sup>30</sup> Потенцијален извор на финансирање, односно обезбедување на дел од средствата за мерката е годишната Програма за развој на претприемништвото и конкурентноста на МСП на Министерството за економија

<sup>31</sup> Потенцијален извор на финансирање, односно обезбедување на дел од средствата за мерката е Проектот на ДТИРЗ и IFC за подобрување на интеграцијата на локалните компании во националните, регионалните и во европските синџири на вредности

(продолжува)

ИНДИКАТИВЕН ФИНАНСИСКИ ПЛАН ЗА ПЕРИОД НА ВАЖЕЊЕ НА АКЦИСКИОТ ПЛАН 2024-2025						
Општа и посебна цел, мерка	Структура на финансирање (во %)	Вкупно (ден.)		Буџет на институцијата (ден.)	Други извори на финансирање	
		2024	2025		(ден.)	Назив на потен- цијалниот извор на финансирање
<b>5. Општа цел 5</b>						
<b>5.1. Посебна цел</b>						
Мерка 21		[РБСМ]	[РБСМ]	[РБСМ]		
<b>5.2. Посебна цел</b>						
Мерка 22		[РБСМ]	[РБСМ]	[РБСМ]		
<b>ВКУПНО ЗА СТРАТЕШКИОТ ДОКУМЕНТ</b>	100% <sup>32</sup>	125.030.000	69.800.000	139.600.000	55.230.000	

<sup>32</sup> Не се вклучени финансиските средства за Општата цел 5 кои треба да бидат обезбедени од РБСМ

## **АНЕКС 1. Акциски план**

## АНЕКС 1. Акциски план

Табела 6. Акциски план за периодот 2024-2025 година за спроведување на Стратегијата за промоција на извозот на Република Северна Македонија 2024-2027

<b>ПРИОРИТЕТНА ОБЛАСТ 1:</b>							
<b>ДЕЛОВНА СРЕДИНА ЗА ПОДДРШКА НА ИЗВОЗ</b> (Export Business Environment)							
<b>Општа цел 1:</b>							
Унапредена и подобрена деловна средина за поддршка на извозот							
<b>Посебна цел 1.1.</b>							
Унапредена и ефективна трговска политика							
Мерки	Активности	Водечки орган Други органи	Почетен датум (квартал)	Планиран датум на извршување (квартал)	Проценка на потребните средства	Извор на финансирање	Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)
M1. Континуирано усогласување на националното законодавство со релевантното законодавство на ЕУ	A1. Усогласување на националното техничко законодавство со транспонирање на ЕУ Директиви	Министерство за економија, Биро за метрологија, Институт за стандардизација	I/2024	IV/2025	Не се потребни средства за спроведување на активноста		Унапредено национално техничко законодавство
	A2. Изработка на анализа за евентуално идно дополнително намалување на царинските стапки за поддршка на домашните извозни претпријатија	Министерство за финансии, Царинска управа	III/2024	IV/2025	Не се потребни средства за спроведување на активноста		Изработена анализа за идно дополнително намалување на царинските стапки за поддршка на домашните извозни претпријатија
M2. Создавање на услови за интензивирање на трговската соработка и олеснет пристап на меѓународните пазари на стоки и услуги	A3. Унапредување на постоечките склучени договори за слободна трговија и договори за трговска и економска соработка	Министерство за економија	I/2024	IV/2025	Не се потребни средства за спроведување на активноста		Унапредени договори за слободна трговија и договори за трговска и економска соработка

	A4. Анализа на потреба и можности за склучување на нови договори за слободна трговија и договори за трговска и економска соработка	Министерство за економија, АСИПИ, Стопански комори	I/2025	IV/2025	600.000 денари	Буџет на институцијата + други извори на финансирање	Изработена детална анализа за потреба и можности за склучување на нови договори за слободна трговија и договори за трговска и економска соработка
М3. Олеснување и дигитализација на постапките за извоз во системот на прекугранична е-трговија	A5. Изготвување и донесување на правила и прописи <sup>1</sup> на внатрешен пазар потребни за понатамошен развој на е-трговија	Министерство за економија, Царинска управа	I/2024	IV/2025	Не се потребни средства за спроведување на активноста		Подобрени услови на внатрешниот пазар за потребите на е-трговија
	A6. Имплементација на национален домен за е-трговија усогласен со Import Control System 2 (ICS2)	Царинска управа	I/2023	IV/2028	-	Буџет на институцијата + други извори на финансирање	Имплементиран национален домен за е-трговија усогласен со Import Control System 2
М4. Идентификување на идните регулаторни предизвици за извозниците на странските пазари	A7. Изработка на студија за мапирање на идни регулаторни барања / услови за извоз во ЕУ и специфични целни пазари, со предлог препораки за постапување	Министерство за економија, АСИПИ, Стопански комори, Меѓународни донатори и програми	I/2024	IV/2024	600.000 денари	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Изработена студија во која се мапираат и анализираат идни барања/услови за извоз во ЕУ и специфични целни пазари, со препораки за постапување

<sup>1</sup> пакет прописи за дигитални услуги кои се однесуваат на правила за испорака на пратки, правила за неосновано гео-блокирање, правила за заштита на потрошувачи и правила за ДДВ.

<b>Посебна цел 1.2.</b>							
Унапредена законската рамка за финансирање и осигурување на извозот на претпријатијата							
<b>Мерки</b>	<b>Активности</b>	<b>Водечки орган Други органи</b>	<b>Почетен датум (квартал)</b>	<b>Планиран датум на извршување (квартал)</b>	<b>Проценка на потребните средства</b>	<b>Извор на финансирање</b>	<b>Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)</b>
М5. Создавање законска рамка за формирање на системот за осигурување на извозот	А8. Донесување на посебен Закон за осигурување и финансирање на извозот	Развојна банка на Северна Македонија, Министерство за финансии, Министерство за економија	I/2024	IV/2025	Не се потребни средства за спроведување на активноста		Донесен Закон за осигурување и финансирање на извозот
<b>Посебна цел 1.3.</b>							
Ефикасен и функционален систем за институционална поддршка на извозниците							
<b>Мерки</b>	<b>Активности</b>	<b>Водечки орган Други органи</b>	<b>Почетен датум (квартал)</b>	<b>Планиран датум на извршување (квартал)</b>	<b>Проценка на потребните средства</b>	<b>Извор на финансирање</b>	<b>Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)</b>
М6. Рационализација на институционалната рамка релевантна за поддршка на извозните активности на претпријатијата	А9. Реорганизација на Министерството за економија	Министерство за економија	I/2024	IV/2025	Не се потребни средства за спроведување на активноста		Реорганизирано Министерство за економија
	А10. Спојување на ДТИРЗ и АСИПИ, и ФИТР и АПП	Министерство за економија, Министерство за образование и наука, ДТИРЗ, АСИПИ, ФИТР, АПП	I/2024	IV/2025	Не се потребни средства за спроведување на активноста		Формирана нова институција за инвестиции и промоција на извоз  Формирана нова институција за претприемништво, иновации и технолошки развој

<b>Посебна цел 1.4.</b>							
Интензиван суштински дијалог и соработка во рамки на извозниот еко-систем							
<b>Мерки</b>	<b>Активности</b>	<b>Водечки орган Други органи</b>	<b>Почетен датум (квартал)</b>	<b>Планиран датум на извршување (квартал)</b>	<b>Проценка на потребните средства</b>	<b>Извор на финансирање</b>	<b>Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)</b>
М7. Зголемена комуникација и заеднички проекти во рамки на извозниот еко-систем	А11. Организирање на работни состаноци помеѓу чинителите на извозниот еко-систем со цел унапредување на деловната средина за извоз	Министерство за економија, АСИПИ, Стопански комори	I/2024	IV/2025	100.000 денари (2024) + 100.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Број на одржани работни состаноци  Број на претпријатија учесници на работните состаноци
	А12. Поддршка на нови партнерства и соработка меѓу чинителите на извозниот еко-систем	Министерство за економија	I/2026	IV/2027			Број на поддржани партнерства и проекти за соработка

**ПРИОРИТЕТНА ОБЛАСТ 2:****СВЕСТ ЗА ИЗВОЗ (Export Awareness)****Општа цел 2:**

Подобрена информираност и свест за извоз на претпријатијата

**Посебна цел 2.1.**

Зголемена мотивираност на претпријатијата за отпочнување со извоз или унапредување на извозот

Мерки	Активности	Водечки орган Други органи	Почетен датум (квартал)	Планиран датум на извршување (квартал)	Проценка на потребните средства	Извор на финансирање	Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)
М8. Спроведување на промотивни и едукативни активности за истакнување на важноста на извозот и работите значајни за унапредување на извозот	А13. Организирање годишна награда и конференција - "Извозни шампиони"	АСИПИ, Министерство за економија, Стопански комори	I/2024	IV/2025	500.000 денари (2024) + 500.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Организиран настан годишна награда и конференција „Извозни шампиони“
	А14. Посети на претпријатија заради нивно охрабрување да отпочнат со извоз / зголемат извозот	Стопански комори, АСИПИ, Министерство за економија	I/2024	IV/2025	50.000 денари (2024) + 50.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Број на претпријатија извозници кои се посетени
	А15. Организирање отворени средби (од информативен карактер), во државни институции дел од извозниот еко-систем, за претпријатија со интерес за извоз и постоечки извозници („Отворен ден за извозници“)	АСИПИ, АПП, ДТИРЗ, Царинска управа, РБСМ, Министерство за економија	I/2024	IV/2025	50.000 денари (2024) + 50.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите	Број на организирани посети на државни институции  Број на организирани онлајн средби со претставници на државни институции
	А16. Поддршка за организирање обуки за МСП за подигање на свеста за иновации, дигитализација, стандарди, патенти, права на интелектуална сопственост	Министерство за економија, АПП	I/2024	IV/2025	200.000 денари (2024) + 200.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите	Број на претпријатија учесници на работилниците/обуките



	A17. Организирање на настани (работни состаноци) за запознавање на претпријатијата со идни регулаторни барања/услови (CBAM, Eco-design ...) за извоз во ЕУ и специфични целни пазари	Министерство за економија, Министерство за финансии, Царинска управа Стопански комори	I/2024	IV/2025	50.000 денари (2024) + 50.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Број на одржани работни состаноци  Број на претпријатија учесници на работните состаноци
--	--	---	--------	---------	---	--	--

### Посебна цел 2.2.

Достапност на специјализирани дигитални решенија за олеснет пристап и споделување на информации релевантни за извозни активности

Мерки	Активности	Водечки орган Други органи	Почетен датум (квартал)	Планиран датум на извршување (квартал)	Проценка на потребните средства	Извор на финансирање	Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)
M9. Развој и воведување на е-механизми за олеснето добивање и споделување на информации од значење за извозни активности	A18. Создавање на онлајн регистар (база на податоци) на достапни инструменти за финансиска и нефинансиска поддршка на извозни активности	АСИПИ, Министерство за економија	I/2024	IV/2024	Не се потребни средства за спроведување на активноста		Активиран онлајн регистар на достапни инструменти/шеми со кои се поттикнуваат извозни активности
	A19. Изработка на е-платформа за олеснет извоз, т.е. за промоција на производи и услуги, и за бизнис вмрежување	Стопански комори, Меѓународни донатори и програми, АСИПИ	I/2024	IV/2024	3.000.000 денари	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Активирана е-платформа за олеснување на извозот т.е. за промоција на производи и услуги, и за бизнис вмрежување
	A20. Воспоставување на е-механизам за поплаки и пријавување проблеми поврзани со извозни активности - „Извозен омбудсман“	АСИПИ, Стопански комори, Министерство за економија	I/2025	IV/2025	Не се потребни средства за спроведување на активноста		Активиран е-механизам „Извозен омбудсман“

	A21. Воспоставување на систем за поставување прашања за административни процедури поврзани со извоз (извозна документација и постапка, договори за слободна трговија и потекло на стоки, ДДВ при трговија со стоки и услуги...) преку специјализирани електронски сандачиња	АСИПИ, АПП, Министерство за економија, Царинска управа	I/2025	IV/2025	Не се потребни средства за спроведување на активноста		Воспоставан систем за поставување прашања за административни процедури поврзани со извоз
--	---	--	--------	---------	---	--	--

**Посебна цел 2.3:**

Зголемена запознаеност со постоечки е-платформи и достапни информации за извозни постапки и можности во земјата, регионот и ЕУ, како и нивно поефикасно користење

Мерки	Активности	Водечки орган Други органи	Почетен датум (квартал)	Планиран датум на извршување (квартал)	Проценка на потребните средства	Извор на финансирање	Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)
M10. Поттикнување на претпријатијата за зголемена употреба на информациите и податоците за извоз достапни преку различни национални и меѓународни е-платформи и иницијативи	A22. Организирање настани за презентирање на можностите кои ги нудат различни платформи и иницијативи за поддршка и промоција на извоз (EEN, ITC, SDP, ...)	АСИПИ, ДТИРЗ, Стопански комори, Министерство за економија	I/2024	IV/2025	50.000 денари (2024) + 50.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Број на организирани настани  Број на претпријатија кои присуствувале на настаните
	A23. Воведување на посебна група на е-услуги, на националниот портал <a href="http://www.uslugi.gov.mk">www.uslugi.gov.mk</a> , за е-услуги поврзани со извоз	МИАО, АСИПИ, Министерство за економија	I/2026	IV/2026			Воведена посебна група на е-услуги поврзани со извозот на <a href="http://www.uslugi.gov.mk">www.uslugi.gov.mk</a>

<b>ПРИОРИТЕТНА ОБЛАСТ 3: ПОДГОТВЕНОСТ ЗА ИЗВОЗ (Export Readiness)</b>							
<b>Општа цел 3:</b> Унапредени севкупни извозни капацитети на претпријатијата							
<b>Посебна цел 3.1.</b> Воспоставен систем за проценка на подготвеност за извоз на МСП							
<b>Мерки</b>	<b>Активности</b>	<b>Водечки орган Други органи</b>	<b>Почетен датум (квартал)</b>	<b>Планиран датум на извршување (квартал)</b>	<b>Проценка на потребните средства</b>	<b>Извор на финансирање</b>	<b>Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)</b>
M11. Воведување едноставна е-алатка за МСП за самостојно утврдување на подготвеност за извоз	A24. Изработка на интерактивна е-алатка за самопроценка на подготвеност за извоз на МСП	АПП, АСИПИ	I/2025	IV/2025	300.000 денари	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Активирана е-алатка за проценка на подготвеност за извоз на МСП
<b>Посебна цел 3.2.</b> Воспоставени и унапредени основни капацитети за извоз, во МСП со мало или без извозно искуство, преку стандардизирани менторски услуги и програми							
<b>Мерки</b>	<b>Активности</b>	<b>Водечки орган Други органи</b>	<b>Почетен датум (квартал)</b>	<b>Планиран датум на извршување (квартал)</b>	<b>Проценка на потребните средства</b>	<b>Извор на финансирање</b>	<b>Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)</b>
M12. Воспоставување основни капацитети за извозни активности во МСП со мало или без извозно искуство	A25. Поддршка на МСП преку менторски услуги за подобрена извозна подготвеност и интернационализација	АПП, ФИТР	I/2024	IV/2025	3.000.000 денари (2024) + 3.000.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите	Број на поддржани МСП преку менторски услуги
	A26. Развој и отпочнување на специјализирана менторска програма „Извозен акцелератор“	Меѓународни донатори и програми, Стопански комори	I/2026	IV/2027			Отпочната програма „Извозен акцелератор“

<b>Посебна цел 3.3.</b>							
Зајакнати човечки капацитети на претпријатијата за спроведување извозни активности							
<b>Мерки</b>	<b>Активности</b>	<b>Водечки орган Други органи</b>	<b>Почетен датум (квартал)</b>	<b>Планиран датум на извршување (квартал)</b>	<b>Проценка на потребните средства</b>	<b>Извор на финансирање</b>	<b>Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)</b>
M13. Поттикнување развој и унапредување на вештини и култура за интернационализација на човечките ресурси во претпријатијата	A27. Поддршка за организирање на специјализирани обуки за надворешно трговско работење, финансиски консалтинг и други прашања поврзани со извоз	Министерство за економија, Стопански комори, Царинска управа, Образовни-тренинг центри	I/2024	IV/2025	1.000.000 денари (2024) + 1.000.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Број на организирани обуки  Број на претпријатија кои учествувале на обуките
	A28. Поддршка на програми за обука и усовршување на вработени во странство заради стекнување нови вештини потребни за реализација на производство за извоз	Министерство за економија	I/2026	IV/2027			Број на поддржани програми за обука  Број на претпријатија кои учествувале на обуките
<b>Посебна цел 3.4.</b>							
Зајакнати техничко-технолошки и иновациски капацитети на претпријатијата за активности поврзани со извоз							
<b>Мерки</b>	<b>Активности</b>	<b>Водечки орган Други органи</b>	<b>Почетен датум (квартал)</b>	<b>Планиран датум на извршување (квартал)</b>	<b>Проценка на потребните средства</b>	<b>Извор на финансирање</b>	<b>Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)</b>
M14. Унапредување на постоечките и воспоставување нови техничко-технолошки и иновациски капацитети во претпријатијата	A29. Поддршка на претпријатијата за воведување на нови иновативни производи или процеси, нови организациски модели и/или решенија <sup>2</sup>	Министерство за економија, ФИТР, ДТИРЗ, АПП, Влада на РСМ	I/2024	IV/2025	25.000.000 денари (2024) + 25.000.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите	Број на поддржани претпријатија
	A30. Поддршка на претпријатијата за ангажирање експерти заради техничка експертиза	Министерство за економија	I/2024	IV/2025	4.500.000 денари (2024) + 4.500.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите	Број на поддржани претпријатија

<sup>2</sup> процеси, модели и решенија поврзани со зелена и дигитална трансформација, циркуларна економија, паметна специјализација, енергетска ефикасност

	A31. Поддршка на претпријатијата за усогласување /воведување на меѓународни стандарди/ регулативи, како и за прашања поврзани со заштита на правата на индустриска сопственост	Министерство за економија, Институт за стандардизација, Државен завод за индустриска сопственост, Институт за акредитација	I/2024	IV/2025	5.000.000 денари (2024) + 5.000.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите	Број на поддржани претпријатија
--	--	--	--------	---------	---	----------------------------	---------------------------------

**Посебна цел 3.5.**

Зголемена подготвеност на претпријатијата за аплицирање кај извори на финансирање кои поддржуваат извозна конкурентност

Мерки	Активности	Водечки орган Други органи	Почетен датум (квартал)	Планиран датум на извршување (квартал)	Проценка на потребните средства	Извор на финансирање	Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)
M15. Јакнење на капацитетите на претпријатијата за подготовка на проектни апликации за финансиски средства	A32. Експертска поддршка за извозниците за аплицирање за финансиски средства за извозна конкурентност кои ги нудат различни национални и меѓународни програми	АСИПИ, Министерство за економија, Меѓународни финансиски институции и проекти	I/2024	IV/2025	1.000.000 денари (2024) + 1.000.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Број на поддржани претпријатија  Број на изготвени апликации
	A33. Организирање на работилници за подготовка на документација за аплицирање за финансиски средства обезбедени од национални и меѓународни програми	Министерство за економија, АСИПИ, Стопански комори	I/2024	IV/2025	7.000.000 денари (2024) + 7.000.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Број на организирани работилници  Број на претпријатија учесници

<b>ПРИОРИТЕТНА ОБЛАСТ 4:</b>							
<b>ИЗВОЗНА ПРОМОЦИЈА И ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЈА (Export Promotion and Internationalization)</b>							
<b>Општа цел 4:</b>							
Засилена промоција на извозните потенцијали и поврзување со странските пазари							
<b>Поседна цел 4.1.</b>							
Зголемена видливост и препознатливост на македонскиот извозен потенцијал							
<b>Мерки</b>	<b>Активности</b>	<b>Водечки орган Други органи</b>	<b>Почетен датум (квартал)</b>	<b>Планиран датум на извршување (квартал)</b>	<b>Проценка на потребните средства</b>	<b>Извор на финансирање</b>	<b>Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)</b>
M16. Засилена промоција на земјата како поволна дестинација за инвестирање, водење бизнис и надворешно трговско работење	A34. Изработка на национален план за промоција на земјата	МНР, АСИПИ, Мин.за економија	I/2024	IV/2024	Не се потребни средства за спроведување на активноста		Донесен Национален план за промоција на земјата
	A35. Поддршка на претпријатијата за изработка на стратегии и маркетинг планови за извоз	Министерство за економија, АСИПИ, АПП	I/2024	IV/2025	300.000 денари (2024) + 300.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Број поддржани претпријатија
	A36. Организирање на средби и настани (дома и во странство) за промоција на македонскиот извоз и инвестициските потенцијали на земјата	АСИПИ, МНР (чинители на економска дипломатија), МЗШВ, Стопански комори	I/2024	IV/2025	1.850.000 денари (2024) + 1.850.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите	Број на организирани средби и настани  Број на претпријатија учесници на настаните
	A37. Поддршка на претпријатијата за настап на меѓународни трговски настани	АСИПИ, МНР (чинители на економска дипломатија), МЗШВ, Стопански комори	I/2024	IV/2025	1.850.000 денари (2024) + 1.850.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите	Број на претпријатија кои добиле поддршка за самостоен настап на меѓународни трговски саеми
	A38. Промотивни активности во формат успешни приказни на увозници/корисници на македонски производи - Проект „Успешни приказни“	АСИПИ, МНР (чинители на економска дипломатија), Стопански комори	I/2026	IV/2027			Број на подготвени „успешни приказни“

<b>Посебна цел 4.2.</b>							
Полесно интегрирање на претпријатијата во синцирите на снабдување, како и поврзување со странските пазари							
<b>Мерки</b>	<b>Активности</b>	<b>Водечки орган Други органи</b>	<b>Почетен датум (квартал)</b>	<b>Планиран датум на извршување (квартал)</b>	<b>Проценка на потребните средства</b>	<b>Извор на финансирање</b>	<b>Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)</b>
M17. Зголемено задоволување/ исполнување на барањата/условите за меѓународно работење на претпријатијата и вклученост на меѓународните пазари	A39. Поддршка на МСП да ја зголемат софистицираноста за да се интегрираат во глобалните синцири на снабдување	Министерство за економија	I/2025	IV/2025	2.000.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите	Број на поддржани претпријатија
	A40. Советодавни услуги за подобрена интеграцијата на претпријатијата во европските синцири на вредности	ДТИРЗ	I/2024	IV/2024	28.850.000 денари <sup>3</sup> + 23.080.000 денари <sup>4</sup>	Буџет на институцијата/ите + други извори на финансирање	Број на поддржани претпријатија
	A41. Поддршка на претпријатијата преку ангажирање на странци експерти-консултанти за влез на странски пазар - Проект „Destination Advisors“	АСИПИ, Министерство за економија	I/2024	IV/2025	5.100.000 денари (2024) + 3.100.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите	Број на поддржани претпријатија
M18. Поттикнување на кластерски извозен пристап на МСП	A42. Поддршка и развој на проекти поврзани со кластерско здружување за полесен настап на странски пазари	Министерство за економија	I/2024	IV/2025	10.000.000 денари (2024) + 10.000.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите	Број на поддржани проекти

<sup>3</sup> средства од буџетот на институцијата (ДТИРЗ)

<sup>4</sup> средства од друг извор на финансирање (IFC)

M19. Поттикнување споделување на просторни ресурси на македонски субјекти во странство заради спроведување извозни активности	A43. Изработка на база на податоци на просторни капацитети во странство (канцеларии, магацини и друг деловен простор) на македонски претпријатија или во рамки на ДКП-а, за користење по концепт „Co-working Space“	АСИПИ, Стопански комори	I/2026	IV/2026			Изработена база на податоци со просторни капацитети достапни за извозници
---	---	----------------------------	--------	---------	--	--	---

#### Посебна цел 4.3.

Оптимизирано дигитално присуство во странство (онлајн маркетинг, е-трговија, бази на податоци за трговија итн.)

Мерки	Активности	Водечки орган Други органи	Почетен датум (квартал)	Планиран датум на извршување (квартал)	Проценка на потребните средства	Извор на финансирање	Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)
M20. Зголемена промоција и трговија на македонските извозни потенцијали преку различни е-платформи	A44. Поддршка на претпријатијата за оптимизирање на дигиталното присуство во странство (отпочнување со онлајн маркетинг, е-трговија...)	АСИПИ, Министерство за економија, Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство	I/2024	IV/2025	2.300.000 денари (2024) + 2.300.000 денари (2025)	Буџет на институцијата/ите	Број на поддржани претпријатија



<b>ПРИОРИТЕТНА ОБЛАСТ 5: ФИНАНСИРАЊЕ И ОСИГУРУВАЊЕ НА ИЗВОЗОТ (Export Finance and Insurance)</b>							
<b>Општа цел 5:</b> Олеснето и зголемено финансирање и осигурување на извозот на претпријатијата							
<b>Посебна цел 5.1.</b> Намален трошок на претпријатијата за финансирање на активности за поддршка на извозот							
<b>Мерки</b>	<b>Активности</b>	<b>Водечки орган Други органи</b>	<b>Почетен датум (квартал)</b>	<b>Планиран датум на извршување (квартал)</b>	<b>Проценка на потребните средства</b>	<b>Извор на финансирање</b>	<b>Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)</b>
M21.Обезбедување поволни кредитни линии за претпријатијата	A45. Поддршка на извозниците преку кредитни производи за набавка на основни и обртни средства, услуги за стандарди и ознаки, истражување и развој, како и финансирање на проекти за енергетска ефикасност и одржливост	Развојна банка на Северна Македонија	I/2024	IV/2025	[РБСМ]	Задолжување во земјата и странство и со издавање на должнички хартии од вредност	Број на поддржани претпријатија
<b>Посебна цел 5.2.</b> Подобрено управување со финансирањето на извозните ризици							
<b>Мерки</b>	<b>Активности</b>	<b>Водечки орган Други органи</b>	<b>Почетен датум (квартал)</b>	<b>Планиран датум на извршување (квартал)</b>	<b>Проценка на потребните средства</b>	<b>Извор на финансирање</b>	<b>Показател на резултат (поврзан со мерката/активноста)</b>
M22.Обезбедување поволни финансиски производи за управување со извозните ризици	A46. Поддршка на извозниците за обезбедување на кредитниот ризик преку различни производи од гарантната шема	Развојна банка на Северна Македонија	I/2024	IV/2025	[РБСМ]	Задолжување во земјата и странство и со издавање на должнички хартии од вредност	Број на поддржани претпријатија
	A47. Поддршка на извозниците за осигурување на извозните побарувања од комерцијални или политички ризици	Развојна банка на Северна Македонија	I/2024	IV/2025	[РБСМ]	Задолжување во земјата и странство и со издавање на должнички хартии од вредност	Број на поддржани претпријатија

## **АНЕКС 2. Топ 50 производи со најголеми извозни потенцијали**

## АНЕКС 2. Топ 50 производи со најголеми извозни потенцијали

Подолу во Табелата се презентирани топ 50 производи со најголеми потенцијали согласно Хармонизиран Систем на 6 цифри, ХС-6.

Табела 8. Топ-50 извозни производи со најголем извозен потенцијал

Р.б	Тарифен број, ХС-6	Опис на производ	Неискористен извозен потенцијал, во евра
1	381512	Иницијатори на реакција, забрзувачи на реакција и каталитички препарати, на друго место неспомнати или опфатени: Со благороден метал или со соединенија на благородни метали како активна материја	965.000.000
2	842139	Центрифуги, вклучувајќи центрифуги за сушење; машини и апарати за филтрирање или пречистување, на течности или гасови: друго	463.000.000
3	854430	Сетови на спроводници за палење и други сетови на спроводници за возила, воздухоплови или бродови	287.000.000
4	853710	Табли, плочи, пултови, маси, ормани и други основи, опремени со два или повеќе апарати од тар. број 8535 или 8536, за електрично управување или разведување на електрична струја, вклучувајќи ги и оние со вградени инструменти или апарати од Глава 90, и нумеричко управувани апарати, освен апарати за вклучување и исклучување од тар. број 8517: За напон што не надминува 1000 V	97.000.000
5	8708	Делови и прибор за моторни возила од тар. броеви 8701 до 8705	200.000.000
6	8702	Моторни возила за превоз на десет или повеќе лица, вклучувајќи го и возачот	229.000.000
7	381590	Катализатор, во форма на зрнца, од кои 90% или повеќе по маса имаат големина на честичка што не надминува 10 микрометри, кој се состои од мешаница на оксиди на подлога од магнезиум силика	123.000.000
8	940190	Делови за седишта	91.000.000
9	7306	Други цевки и шупливи профили (на пример, со отворени споеви или заварени, заковани или затворени на сличен начин), од железо или челик:	56.000.000
10	3004	Лекови (освен производите од тар. броеви 3002, 3005 или 3006) што се состојат од измешани или неизмешани производи за терапевтска или профилатичка употреба, приготвени во одмерени дози или во форми или пакување за продажба на мало	72.000.000
11	720851	Топло валани плоснати производи, од железо или нелегиран челик, со ширина 600 мм или поголема, неплатинирани или непретвечени: Со дебелина што надминува 10 мм:	54.000.000

12	271600	Електрична енергија	57.000.000
13	720260	Феро-никел	16.000.000
14	720852	Топло валани плоснати производи, од железо или нелегиран челик, со ширина 600 мм или поголема, неплатинирани или непревлечени: Валани на сите четири страни или со поминување низ затворена кутија, со ширина што не надминува 1250 мм	38.000.000
15	721070	Плоснати валани производи од железо или нелегиран челик, со ширина 600 мм или поголема, платинирани или превлечени:	34.000.000
16	854442	Изолирана жица (вклучувајќи емајлирана или анодизирана жица), кабли (вклучувајќи и коаксијални кабли) и други изолирани електрични спроводници, со или без конектори; кабли од оптички влакна, изработени од поединечно оплаштени влакна, комбинирани или не со електрични спроводници, со или без конектори: со конектори	46.000.000
17	620520	Кошули за мажи или момчиња: од памук	26.000.000
18	853650	Електрични апарати за вклучување и исклучување или за заштита на електрични струјни кола или за остварување на приклучување за или во електрични струјни кола (на пример, прекинувачи, релеи, стопувачки осигурувачи, пригушувачи на бранови со висока фреквенција, вклучници, штекери, сијалични грла и други конектори, разводни кутии), за напон што не надминува 1000 V; конектори за оптички влакна, снопови од оптички влакна или кабли: други прекинувачи	23.000.000
19	850710	Електрични акумулатори, вклучувајќи и сепаратори за нив, правоаголни или не, (вклучувајќи и квадратни): Оловни акумулатори за задвижување на клипни мотори	33.000.000
20	190590	Леб, печива, колачи, бисквити и други пекарски производи, со додаток на какао или без додаток на какао; нафора, капсули за фармацевтска употреба, обланди, оризова хартија и слични производи: друго	25.000.000
21	2204	Вино од свежо грозје	27.000.000
22	730630	Прецизни цевки, со дебелина на ѕид: што надминува или не надминува 2мм	22.000.000
23	2005	Друг зеленчук приготвен или конзервиран на друг начин освен во оцет или оцетна киселина, незамрзнат, освен производите од тар. број 2006	26.000.000
24	6403	Обувки со ѓонови од каучук, гума, пластична маса, кожа или вештачка кожа и со лице (горниште) од кожа	35.000.000
25	940490	Носачи на матраци; предмети на постелнина и слични стоки (на пример, матраци, јоргани, перини, перници и перничиња), со пружини или полнети со кој и да е материјал или од целуларна гума или пластична маса, вклучувајќи и пресвлечени: друго	30.000.000

26	620640	Блузи, кошули и кошули-блузи, за жени или девојчиња: од вештачки или синтетички влакна	17.000.000
27	851680	Електрични проточни или акумулациони грејачи на вода и потопувачки грејачи; електрични апарати за греење простор и електрични уреди за греење почва; електротермички апарати за уредување коса (на пример апарати за сушење коса, апарати за ондулација) и апарати за сушење раце; електрични пегли; други електро-термички уреди за домаќинството; електрични грејни отпорници, освен оние од тар. број 8545: други	34.000.000
28	620343	Костуми, комплети, јакни, сакоа, панталони, панталони со пластрон и прерамки, Бриџ-панталони и шорцеви (освен гаќи за капење), за мажи или момчиња: Од синтетички влакна:	15.000.000
29	220421	Вино од свежо грозје: во садови од 2 литра или помали	21.000.000
30	721049	Плоснати валани производи од железо или нелегиран челик, со ширина 600 мм или поголема, платинирани или превлечени: друго	22.000.000
31	620463	Костуми, комплети, јакни, сакоа, фустани, здолници, здолници-панталони, панталони, панталони со пластрон и прерамки и шорцеви (освен гаќи и костими за капење) за жени или девојчиња: Од синтетички влакна	13.000.000
32	080610	Свежо грозје	22.000.000
33	080810	Свежо јаболко	26.000.000
34	300420	Лекови (освен производите од тар. броеви 3002, 3005 или 3006) што се сос-тојат од измешани или неизмешани производи за терапевтска или профилактиска употреба, приготвени во одмерени дози или во форми или пакување за продажба на мало: други што содржат антибиотици	24.000.000
35	851230	Електрична опрема за осветлување или сигнализација (освен производите од тар. број 8539), бришачи за стакло, уреди за одмрзнување и уреди за одмаглување, за велосипеди или моторни возила: други	13.000.000
36	070490	Зелка, карфиол, келераба, келџ и сличен зелковиден зеленчук за јадење, свежи или разладени: друго	22.000.000
37	620342	Костуми, комплети, јакни, сакоа, панталони, панталони со пластрон и прерамки, Бриџ-панталони и шорцеви (освен гаќи за капење), за мажи или момчиња: од памук	13.000.000
38	680911	Градежни блокови и тули	20.000.000
39	7321	Печки за загревање на простории, шпорети, решеткасти огништа, кујнски печки (вклучувајќи и со помошен казан за централно греење), скари, мангали, гасни решоа, грејачи за чинии и слични неелектрични апарати за домаќинство, и нивни делови, од железо или челик	24.000.000

40	070960	Пиперки од родот <i>Capsicum</i> или од родот <i>Pimenta</i>	19.000.000
41	620333	Костуми, комплети, јакни, сакоа, панталони, панталони со пластрон и прерамки, Бриџ-панталони и шорцеви (освен гаќи за капење), за мажи или момчиња: од синтетички влакна	12.000.000
42	620630	Блузи, кошули и кошули-блузи, за жени или девојчиња: од памук	11.000.000
43	860721	Делови на шински возила: Воздушни кочници и нивни делови од леано железо и леан челик	19.000.000
44	391721	Цевки, црева и прибор за нив (на пр, спојници, колена прирабници), од пластични маси: од полимери на етилен	15.000.000
45	070200	Домат, свеж или разладен:	15.000.000
46	853225	Електрични кондензатори, константни, променливи или приспособливи (однапред приспособени): Диелектрични, од хартија или од пластична маса	16,000,000
47	901890	Инструменти и апарати за медицинска, хируршка, забарска и ветеринарна наука, вклучувајќи и сцинтиграфски апарати, други електромедицински апарати и инструменти за испитување на видот: Други инструменти и апарати	11.000.000
48	850720	Електрични акумулатори, вклучувајќи и сепаратори за нив, правоаголници или не, (вклучувајќи и квадратни): Други оловни акумулатори:	17.000.000
49	200190	Зеленчук, овошје, јатчесто овошје и други делови на растенија за јадење, приготвени или конзервирани во оцет или оцетна киселина	12.000.000
50	721491	Други прачки од железо или нелегиран челик, само ковани, топло валани, топло влечени или топло екструдирани, вклучувајќи ги оние што се усучени по валањето	12.000.000

Извор. Меѓународен центар за трговија на ОН, [www.itc.org](http://www.itc.org)

Табела 9. Топ 50 нови потенцијални извозни производи по одделни сектори

р.б	ХС-6 број	Опис на производ	Сектор
1	441890	Градежна столарија и други производи од дрво, Дрвена граѓа ламинирана со лепак	Хартија, плута и дрво
2	760429	Прачки и профили, од алуминиум од легури на алуминиум	Метали
3	860800	Железнички или трамвајски шински склопови и прибор;механичка (вклучувајќи и електромеханичка) опрема за сигнализација, сигурност, контрола или командување со сообраќајот на железница, трамваи, друмови, внатрешни водни патишта, паркиралишта, пристанишни и опрема	Индустрија за моторни возила
4	853810	Табли, плочи, пултови, маси, ормани и други основи за производите од тар. број 8537, неопремени со свои апарати	Електро индустрија
5	841090	Хидраулични турбини, водни кола, и нивни регулатори: Делови, вклучувајќи и регулатори, Хидраулични турбини, водни кола, и нивни регулатори: Делови, вклучувајќи и регулатори: Од леано железо или леан челик	Машинска индустрија
6	40610	Младо (незрело или несолено) сирење, вклучувајќи сирење од сурутка и урда: Со содржина на маснотија што не надминува 40% по маса, Младо (незрело или несолено) сирење, вклучувајќи сирење од сурутка и урда	Примарно земјоделие
7	440310	Дрво необработено, со кора или без кора или беловина, или грубо обработено (учетворено): Заштитено со боја, креозот или со други материи	Хартија, плута и дрво
8	441872	Градежна столарија, составени подни плочи, Други, повеќеслојни	Хартија, плута и дрво
9	940510	Лустери и други електрични плафонски или ѕидни светлечки тела, освен за осветлување на јавни отворени простори или собраќајници: Од прости метали или од пластични маси, за употреба во цивилни воздухоплови, Лустери и други електрични плафонски или ѕидни светлечки тела, освен за осветлување на јавни отворени простори или собраќајници: Од пластични маси	Други производни индустрии
10	440710	Дрво обработено по должина, од иглолисници, егзотични видови, Дрво обработено по должината, со режење, глодање или со сечење или лупење, вклучувајќи рендисано, брусено, рабно споено, со дебелина поголема од 6 мм	Хартија, плута и дрво
11	843420	Машини за молзење и машини за млекарството: Машини за млекарството, Машини за молзење и машини за млекарството: Машини за млекарството	Машинска индустрија

12	830990	Затки од олово; затки од алуминиум со дијаметар што надминува 21 мм, Затки и поклопци (вклучувајќи и крунски затки, навојни затки и затки низ кои се сипува), капсули за шишиња, капаци од лим со или без навој, пломби и друг прибор за пакување, од прости метали	Метали
13	731021	Лименки за прехранбени производи и пијалаци од железо или челик, зафатнина < 50 литри, Лименки што ќе се затворат со лемење или перттирање, за прехранбени производи, со зафатнина помала од 50 литри	Металопреработувачка индустрија
14	392290	Кади, туш кади, садопери, лавабоа, бидеа, клозетски шолји, седишта и капаци, водоказанчиња и слични санитарни производи, од пластични маси	Гума и пластика
15	761290	Крути цевчести контејнери со зафатнина што не преминува 300 л, со или без облога или топлотна изолација, но неопремени со механички или термички уреди од алуминиум, Контејнери за аеросоли со зафатнина што не преминува 300 л, со или без облога или топлотна изолација, но неопремени со механички или термички уреди од алуминиум, Алуминиумски буриња, барабани, конзерви, кутии и сл. контејнери произведени од фолија со дебелина која не надминува 0.2 мм	Метали
16	731210	Впредена жица, јажиња и кабли: Опремени или Готови За употреба, во цивилни воздухоплови, Впредена жица, јажиња и кабли: Од не'ргосувачки челик, Впредена жица, јажиња и кабли	Металопреработувачка индустрија
17	442110	Други производи од дрво: Закачалки за облека	Хартија, плута и дрво
18	381400	Сложени органски растворувачи и разредувачи, на друго место неспомнати ниту опфатени; подготвени средства за симнување на премачкувачките средства или лакови: врз база на бутил ацетат	Хемиска и сродни на неа индустрии
19	732599	Други леани производи од железо или челик: Други: Од темпирано леано железо, Други леани производи од железо или челик: Други: Друго, Фитинзи за рабови на контејнери, леани од железо или челик, Други леани производи од железо или челик	Металопреработувачка индустрија
20	440121	Иверки, сечка или слично: Иглолисни	Хартија, плута и дрво
21	560749	Канапи и слично од полиестер или полипропилен, друго, Канапи, јажиња, ортоми и кабли, вклучувајќи плетени, вплетени, импрегнирани, превлечени, прекриени или обложени со гума или со пластична маса: Од полиетилен или полипропилен	Текстилна индустрија и облека
22	681091	Производи од цемент, бетон или вештачки камен, армирани или неармирани: Други производи: Монтажни елементи, градежни: Друго, Монтажни елементи за под, Монтажни елементи,	Стакло и камен



градежни: Друго

23	940179	Други седишта, со метални скелети: Други	Други производни индустрии
24	843290	Машини за подготвување и култивирање на земја во земјоделството, хортикултурата или шумарството; валјаци за тревници или спортски терени: делови, Делови за плугови, Делови за машини за земјоделство, шумарство, терени, друго	Машинска индустрија
25	730240	Врскички и подложни плочки од железо или челик, Врскички и подложни плочки: Валани, Врскички и подложни плочки: Друго	Металопреработувачка индустрија
26	890200	Рибарски бродови; бродови фабрики и други бродови за преработка или конзервирање на производи од риба: Морски: Со бруто носивост што надминува 250 тони	Индустрија за моторни возила
27	392190	Други плочи и слично од пластични маси, Други плочи, листови, филмови, фолии и ленти, од пластични маси: Друго: Од производи на полимеризација добиени со кондензација или со преуредување на молекули, хемиски модификувани или немодификувани: Од полиестри	Гума и пластика
28	441192	Плочи влакнатици со средна густина (МДФ): Друго: Со густина сто надминува 0.8 г/см <sup>3</sup> : Механички необработувани или површински непрекриени, Плочи влакнатици (МДФ) ламинатни подови, Друго	Хартија, плута и дрво
29	320890	Премачкувачки средства, бои и лакови, синтетички полимери, друго, Полиуретан од 2,2' (терт-бутилимино) диетамин и 4,4' - метиленидициклохексил диизоцијанат, во форма на раствор во Н,Н -диметилацетамид, со содржина по маса 48% или повеќе на полимер, Кополимер на п - крезол и дивинилбензен, во форма на раствор на Н,Н - диметил-ацетамид, со содржина 48% по маса или повеќе на полимер, Премач.сред.(бои и лакови)	Хемиска и сродни на неа индустрии
30	210420	Хомогенизирани сложени прехранбени производи, Детска храна во садови со нето маса што не надминува 250 г, Диететска храна во садови со нето маса што не надминува 250 г	Прехранбена индустрија
31	680800	Плочи, табли, плочки, блокови и слични производи од растителни влакна, од слама, шушки, отпадоци, струганици или други отпадоци од дрво агломерирани со цемент, гипс или со други минерални средства за врзување	Стакло и камен
32	853720	Табли, плочи, пултови, маси, ормани и други основи, опремени со два или повеќе апарати од тар.број 8535 или 8536, за електрично управување или разведување на електрична струја, за напон што надминува 1000 V но не надминува 72,5 kV,	Електро индустрија
33	540231	Текстурирано предиво: Од најлон или други	Текстилна индустрија и

		полиамиди, со нумерација по една жица не поголема од 50 текси, Текстурирано предиво од најлон или други полиамиди, со нумерација (финост) по 1жица до 5 текси	облека
34	854460	Други електрични спроводници, за напон што надминува 1000 V: Со спроводници од бакар, Други електрични спроводници, за напон што надминува 1000 V: Со Други спроводници	Електро индустрија
35	40110	Млеко и павлака, неконцентрирани и без додаден шеќер или други материи за засладување: Со содржина на маснотија, што не надминува 1% по маса: Во амбалажа, чија нето запремина не надминува 2 литри, Млеко и павлака, неконцентрирани и без додаден шеќер или други материи за засладување: Со содржина на маснотија, што не надминува 1% по маса: Друго	Примарно земјоделие
36	842481	Други уреди: За земјоделството или хортикултурата: Прскалки, Други уреди: За земјоделството или хортикултурата: Прскалки, Други уреди: За земјоделството или хортикултурата: Портабл, Други уреди за земјоделие, портабл, без мотор, Други уреди за земјоделие, портабл, со мотор	Машинска индустрија
37	700721	Ветробрани, За употреба во цивилни воздухоплови, Слоевито сигурносно стакло:Со големина и форма погодна за вградување во моторни возила, Слоевито сигурносно стакло	Стакло и камен
38	711411	Предм.на златарс. или кујунџист. и нивни делови,од благор.метали или од мет. платини.со благоро.мет:Од благор.метали вклучу.ги и оние што се превле.или платини.со благородни мет:Од сребро,вклуч.ги и оние што се превл.или плати.со др.благор.мет.	Стакло и камен
39	441114	Плочи влакнатици со средна густина (МДФ):Со дебелина сто надминува 9 мм.Механички необработувани или површински непрекриени,Плочи влакнатици со средна густина (МДФ):Со дебелина сто надминува 9 мм.Друго	Хартија, плута и дрво
40	700800	Стаклени повеќесидни панел-елементи за изолација, Повеќесидни панел -елементи за изолација, од стакло: Боено во маса, непровидно, лакирани или Со слој на апсорпција или рефлексција, Повеќесидни панел -елементи за изолација, од стакло: Што се состои од две стаклени плочи споени по рабовите со херметички затворац и раздвоени со слој од воздух, други гасови или вакуум, Повеќесидни панел -елементи за изолација, од стакло: Друго	Стакло и камен
41	870899	Други делови и прибор за моторни возила за индустриско склопување, Други делови и прибор за моторни возила, Делови и прибор за моторни возила од тар.број 8701 до 8705,друго, друго,За индустриско склопување на: возила од тар. број	Индустрија за моторни возила

	8703; возила од тар. број 8704, било со клипен мотор со внатрешно согорување на палење со помош на компресија (дизел или полудизел), со зафатнина на цилиндарот што не надминува 2500 см <sup>3</sup> или со клипен, Воздушни перниџиња со систем за надувавање	
42	830160 Катанци и брави (на клуч, шифра или електрични), од прости метали; затвораи и опкови со затвораи, кои имаат вградени брави, од прости метали; клучеви за кои и да е од споменатите производи, од прости метали: делови	
43	851190 Електрична опрема за палење или задвижување на мотори со внатрешно согорување што се палат со помош на свеќичка или на компресија; генератори (на пример, динамо машини и алтернатори), и реглери за нив: делови	Електро индустрија
44	100410 Овес: За сеидба	Примарно земјоделие
45	120922 Семе од крмни раст.: с. од детел. ( <i>trifolium spp.</i> ), Семе од Црвена детелина ( <i>Trifolium pratense L.</i> ) наменето за сеидба, Семе од детелина ( <i>Trifolium spp.</i> ) наменето за сеидба: Друго	Примарно земјоделие
46	450310 Чепови и затки од природна плута, Производи од природна плута: Чепови и затки Цилиндрични, Производи од природна плута: Чепови и затки: Друго	Хартија, плута и дрво
47	846692 Делови и прибор погодни за употреба исклучително или главно за машини од тар. број 8465: Од леано железо или леан челик, Делови и прибор погодни за употреба исклучително или главно за машини од тар. број 8465: Друго, Делови и прибор погодни за употреба исклучително или главно за машини од тар. број 8465	Машинска индустрија
48	731431 Други решетки, мрежи и огради, заварени на местата на крстосување: Превлечени или прекриени со цинк	Металопреработувачка индустрија
49	630622 Шатори: Од синтетички влакна	Текстилна индустрија и облека
50	392620 Облека и прибор за облека (вклучувајќи нараквици, ракавици без прсти и ракавици со еден прст)	Гума и пластика

Извор. Стопанска комора на Северна Македонија