

**„АНАЛИЗА И ИЗВЕШТАЈ НА
СПРОВЕДЕНОТО ИСТРАЖУВАЊЕ НА
СОСТОЈБИТЕ И ПОТРЕБИТЕ НА
БИЗНИС СЕКТОРОТ ВО ОПШТИНА
ГАЗИ БАБА”**

Мај 2013 година

СОДРЖИНА

ГЛАВА 1.....	4
ВОВЕД	4
Методологија.....	4
Цели на истражувањето	5
Општи карактеристики-профил на претпријатијата во ОГБ.....	5
ГЛАВА 2.....	7
ОГРАНИЧУВАЊА НА БИЗНИС ПЕРФОРМАНСИТЕ	7
Ниво на поддршка од институциите	8
Пречки во остварувањето на подобри бизнис перформансите	9
ГЛАВА 3.....	11
КОРПОРАТИВНА ОДГОВОРНОСТ	11
Посветеност на барање на информации содржани во законодавството	12
Употреба на системи и мерки за управување со животната средина и заштедување на енергија и ресурси	13
ГЛАВА 4.....	14
ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЈА	14
Форми на интернационализација	14
Учество на извозот во вкупните годишни приходи	17
Бариери на интернационализација	18
Е-трговија и интернационализацијата	20
ГЛАВА 5.....	22
КОНКУРЕНЦИЈА	22
ГЛАВА 6.....	24
ИНОВАЦИИ	24
Ограничувања на иновациските активности	25
ГЛАВА 7.....	32
ПАЗАР НА ТРУД.....	32
Потешкотии при регрутацијата на работната сила	33
Образовна структура на вработените	33
ГЛАВА 8.....	35
ИЗВОРИ НА ФИНАНСИРАЊЕ И ИНВЕСТИЦИСКИ АКТИВНОСТИ	35
ГЛАВА 9.....	39
ЗАКЛУЧОЦИ	39

ГЛАВА 1

ВОВЕД

Стремежот кон поконкурентна и подинамична економија базирана на знаење, способна за економски раст, креирање на повеќе и подобри работни места, и развој на подобрена социјална кохезија, несомнено зависи од успешноста на претпријатијата.

Подготовката на Стратегијата за локалан економски развој на Општина Гази Баба, побарува детализирани студии за состојбите и потребите на бизнис секторот, со посебен осврт на начините и можностите за интернационализација. Ваквите студии и испитувања стануваат вообичаена пракса. Сето тоа се презема во насока на правилно дефинирање на проблемите со кои се соочува бизнис секторот.

Истражувањето генерално се фокусира на општите карактеристики на фирмите, перцепциите на бизнисите за пречките и ограничувањата со кои се соочуваат, проблемите со конкуренцијата и човечките ресурси, а особен осврт е ставен на состојбите и можностите за интернационализација и иновација.

Се надеваме дека со ова анкетно испитување обезбедивме квалитетни сознанија и информации, кои ќе и помогнат на ОГБ точно да ги оцени состојбите и потребите на бизнис заедницата, за да се изнајдат оптимални решенија за овозможување на услови за побрз и сигурен развој, особено во делот на нивна интернационализација.

Методологија

- **Истражување на природата и контекстот на проблемот** што е предмет на истражување.
 - Целта е да се разберат главните состојби и причините за (не)успешноста на претпријатијата, да се добијат сознанија за проблемите/ограничувањата со кои тие се соочуваат, да се анализираат факторите кои влијаат врз работењето, како и да се лоцираат добри примери на успешни бизниси, особено бизниси кои практикуваат некаков вид на интернационализација.
- **Дизајнирање на прашалник**
 - Прашалникот е дизајниран врз основа на претходно направеното истражување на контекстот и природата на проблемот. Пред да биде спроведено анкетањето, за структурата и дизајнот на прашалниците беа консултирани претставници од Општина Гази Баба кои беа задолжени за спроведување на истите. Прашалникот за бизнис секторот вклучува прашања од кои треба да се извлечат показатели за:
 - профилот на бизнисите;
 - ограничувањата на бизнис перформансите;

- корпоративната одговорност ;
 - степенот и начините на интернационализација на бизнисите;
 - нивото на конкуренција;
 - спремноста за преземање на активности за иновации;
 - употребата на интернетот во производство, управување и учење;
 - профил на вработени и начин на пополнување на слободни работни места;
 - извори на финансирање.
- **Спроведување на прашалниците.** Прашалниците беа спроведени на примерок 66 бизнис субјекти од Општина Гази Баба, според методот на случаен избор.
- **Обработка и анализа на податоците.** За обработка и анализа на прибраните податоци од прашалниците се користеше напреден статистички софтвер, SPSS (Statistical Package for the Social Science).

Цели на истражувањето

Основна цел на ова истражување е да се даде оценка за состојбите во бизнис секторот која понатаму ќе помогне во донесувањето на соодветни решенија и мерки во корист на развојот на претпријатијата. Исто така, истражувањето треба да придонесе за подобро разбирање на нивото и структурата на интернационализација на претпријатијата. Анализата ги покажува моделите на интернационализација кои се применуваат, според големината на претпријатијата, припадноста на различни сектори и географските варијации. Исто така, подлабоко е посветено внимание да се добие јасна слика за бариерите со кои се соочуваат фирмите при интернационализацијата. Употребата и ефективноста на јавната поддршка што ја добиваат претпријатијата, како и можната синергија помеѓу интернационализацијата и раст во другите области како што е иновацијата на ниво на фирма ќе бидат исто така земени во предвид.

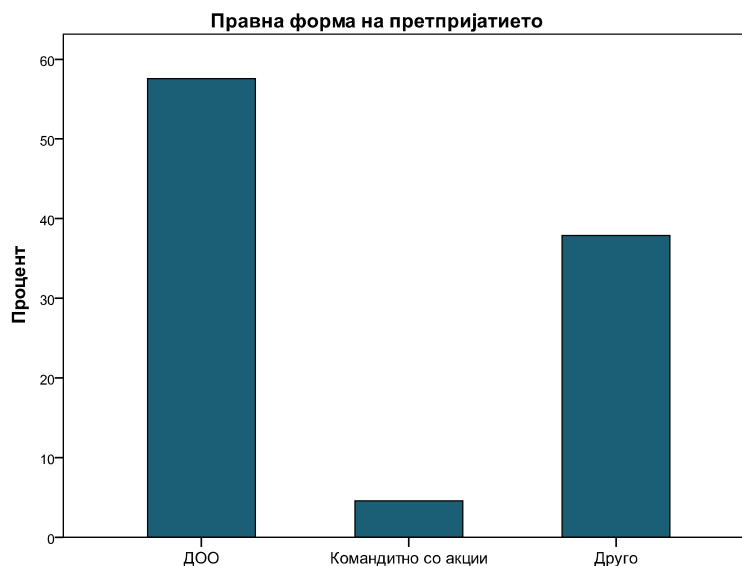
Овој извештај презентира преглед на добиените информации, ги анализира главните наоди и ги презентира заклучоци и препораки за мерки на политиката за поддршка на претпријатијата во напорите за нивна интернационализација. Базата на податоци подготвена во SPSS исто така дозволува да се направат и дополнителни анализи.

Општи карактеристики-профил на претпријатијата во ОГБ

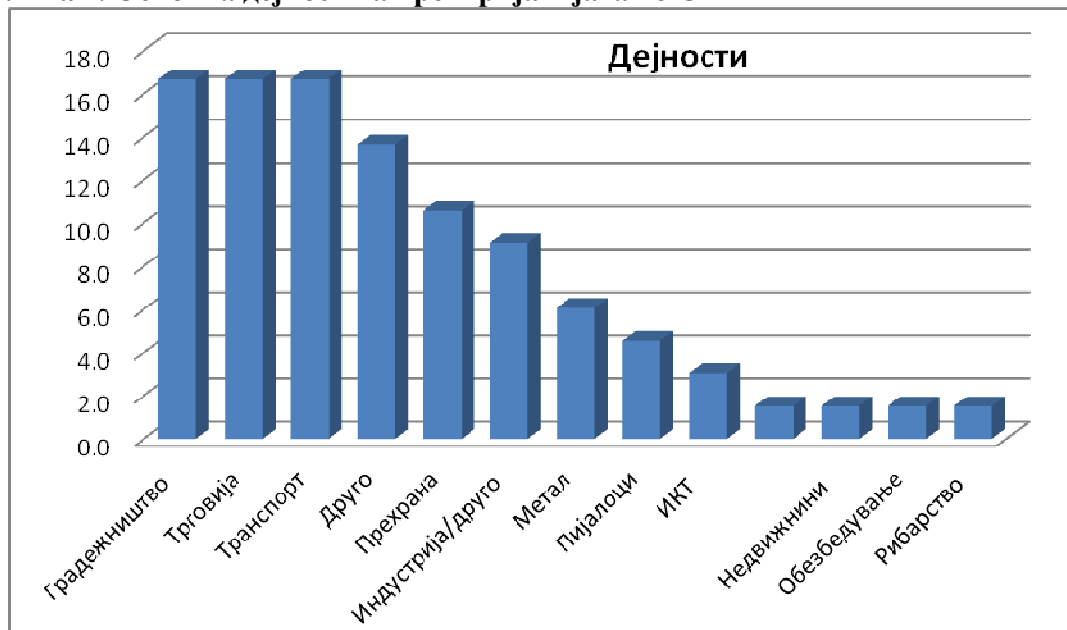
- Во поглед на правната форма во која се организирани претпријатијата, најголем дел од бизнисите во ОГБ, околу 57,6%, се регистрирани како ДОО (друштво со ограничена одговорност). Главна особина на ДОО е тоа што содружниците не одговараат за обврските на друштвото со својот имот. Мал дел од бизнисите имаат правна форма на ЈТД (4,5%) и други форми на претпријатија учествуваат со (37,9%).

- Со трговска дејност, градежништво и транспорт се занимаваат по 16,7 % од вкупниот број испитани бизниси, понатаму околу 10,6% од бизнисите се занимаваат со прехранбена дејност, додека 9,1% се занимаваат со индустрија, 6,1% со метал, а 4,5% со производство на пијалоци.
- Околу 82% од испитаните бизниси егзистираат на пазарот повеќе од 10 години, додека околу 6,1 % се активни во временскиот интервал од 5-10 години, што покажува на способност на фирмите за долгорочно опстојување во нивното работење. Само околу 2% се млади бизниси регистрирани помалку од 1 година што пак од друга страна укажува на мал пораст на новоосновани фирми.
- Според бројот на вработени, фирмите се категоризирани во 4 групи согласно законската категоризација за големина на претпријатието, односно микро претпријатијата (до 9 вработени) учествуваат со 13,6% од вкупниот број на бизниси во ОГБ. Дури 74,3 % од претпријатијата припаѓаат на групата на мали и средни претпријатија. Имајќи предвид дека малите и средните економски субјекти се сметани за главни двигатели на економскиот раст, тогаш може да се каже дека природата на бизнисите во ОГБ дозволува тие да бидат носители на регионалниот економски прогрес.
- Од аспект на деловните активности кои ги извршуваат фирмите, дури 65,6 % се занимаваат со услужна дејност, додека 34,4 % се производствени капацитети.
- Капиталот на приватните стопанственици е застапен во речиси 100%, додека странски капитал има учество во 21,2 % од вкупниот број испитани бизниси.

Слика 1. Правна форма на претпријатијата во ОГБ



Слика 2. Основна дејност на претпријатијата во ОГБ



ГЛАВА 2

ОГРАНИЧУВАЊА НА БИЗНИС ПЕРФОРМАНСИТЕ

Во однос на најпроблематичните фактори со кои што се соочува менаџментот при водењето на бизнисот, околу половината испитаници односно 43,9% се изјасниле дека недостатокот од доверба во бизнис реалциите значително влијае врз потенцијалот за развој на претпријатието. Притоа градењето доверба не треба да се разгледува само како прашање на создавање структури и практики во рамките на бизнис опкружувањето, туку и изнајдување на начин да се поттикне размислувањето на позитивен начин и посветеност за развој на секое ниво. Имајќи предвид дека соработката и должничко-доверителските односи се од суштинско значење за развој на здрав бизнис, потребно да се изнајдат соодветни решенија за надминување на проблемот.

Како втор најпроблематичен фактор, со кои што се соочува менаџментот при водењето на бизнисот претставува пристапот до финансиски средства. Околу 39% од испитаници се изјасниле дека отежнатиот пристап до финансиски средства значително влијае врз потенцијалот за развој на претпријатието. Имајќи предвид дека пристапот до финансиски средства ја обезбедува способноста за поддршка и раст на здрав бизнис, потребно да се изнајдат соодветни решенија за олеснување на пристапот до финансиски средства на претпријатијата.

Следен проблем со кој се соочуваат компаниите во ОГБ е недоволната работна етика на работната сила. Дополнително, околу 39% од испитаници се изјасниле дека отежнатиот пристап до финансиски средства значително влијае врз

потенцијалот за развој на претпријатието. Дополнително, околу 31,8% од испитаниците сметаат дека пречка за развојот на бизнисот претставува несоодветно едуцираната сила. Ова е тесно поврзано со недовербата во бизнис релациите, односно доколку вработените немаат етички стандарди и не се соодветно едуцирани неможе да се очекува од нив да одржуваат добри бизнис релации.

Наредна пречка која ги ограничува бизнис постигнувањата се високите трошоци за телефон, греење, интернет и комуникација, односно дури се 37,9% од претпријатијата се соочиле со оваа пречка во последните две години. Тука особено е нагласен високиот трошок за електрична енергија која значително ги оптоварува индустриските капацитети. Од тој аспект, потребно е да се разгледаат можностите за воведување на енергетски ефикасни системи преку имплементација од сопствени извори или преку домашните или стимулативните странски кредитни линии за оваа намена.

Околу 30% сметаат дека државната администрација е неефикасна и како таква придонесува за отежнато извршување на бизнис активностите. Дополнително на тоа, околу 29% сметаат нестабилните економски политики претставуваат пречка за развој на бизнисот.

Слика 3 Ограничувања на бизнис перформансите

Ограничувања на бизнис перформансите	%
Недостаток од доверба во бизнис релациите	43.9
Пристап до финансиски средства	39.4
Недоволна работна етика на работната сила	39.4
Трошоци за телефони, греење, интернет и комуникација	37.9
Несоодветна инфраструктура	36.4
Несодветно едуцирана работна сила	31.8
Неефикасна државна администрација	30.3
Нестабилност на економски политики	28.8
Даночна регулатива	19.7
Корупција	15.2
Даночни стапки	12.1
Рестриktivна трудова политика	12.1
Инфлација	12.1
Криминал и кражби	9.1
Девизни прописи	1.5
Нестабилна влада	0.0

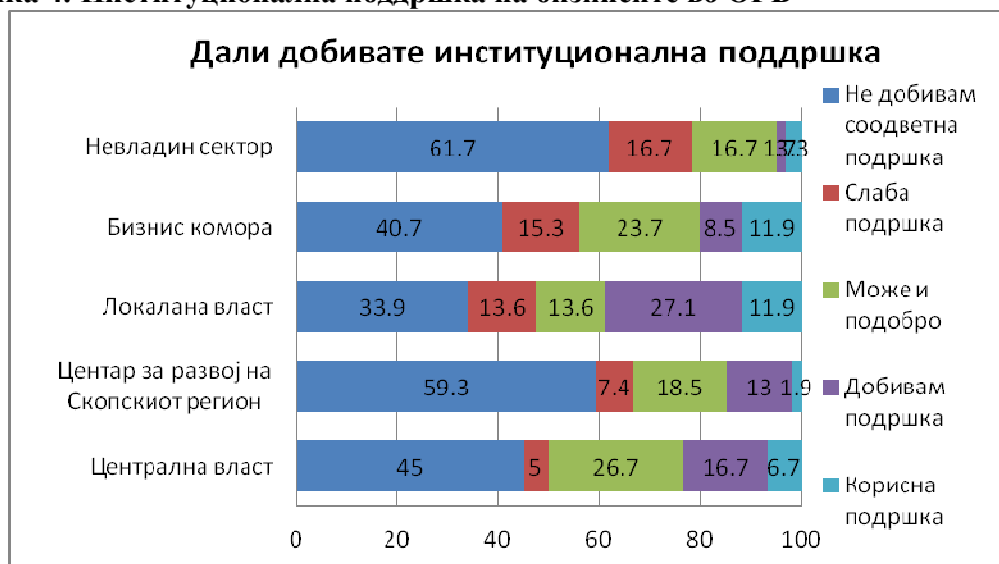
Ниво на поддршка од институциите

Стопанските комори може да имаат голем придонес за развој на претпријатијата и подобрување на нивните бизнис перформанси од аспект на поддршката што им ја

пружаат во форма на едукација, мрежа, маркетинг и информации. Само околу 20% од испитаниците користат вакви услуги членувајќи во бизнис комора, а околу 39% од нив не се задоволни од услугите и поддршката што ја добиваат од нив. Ова укажува на генерална незадоволност од услугите кои ги пружаат соодветните бизнис комори и ја наметнува потребата од подобрување на квалитетот на услугите кои тие ги даваат.

Во графиконот подолу прикажани се оценките на претпријатијата за квалитетот на поддршката што претпријатијата ја добиваат од институциите. Притоа, 61,7% од испитаниците се изјасниле дека воопшто немаат поддршка од невладиниот сектор, 61,8% од бизнис коморите, 45% односно 33,9% од централната и локалната власт. Ова иницира на генерална незадоволност од соодветна поддршка, бидејќи повеќе од половина од бизнисите изјавиле дека не добиваат поддршка од институциите (со исклучок на локалната власт). Имајќи предвид дека 39% добиваат поддршка и од нив 11,9% сметаат дека истата е корисна, бизнисите можеби се најзадоволни од поддршката што ја добиваат од локалната власт.

Слика 4: Институционална поддршка на бизнисите во ОГБ



Пречки во остварувањето на подобри бизнис перформансите

Од аспект на пречките со кои се соочиле претпријатијата во последните години, најизразена пречка е инфраструктурата за 54,5% од претпријатијата, а само за 12,7% овој проблем не бил воопшто пречка. Потоа како следна најголема пречка претставува недостатокот на квалификувана работна сила за 43,9% од компаниите. Но во исто време 35,1% одговориле дека ова не им претставува пречка за развојот на бизнисот. Тука може да се забележи дека релативно големо е учеството на фирмите кои не се соочиле со прескапа работна сила (43,6%), проблеми при имплементацијата на нови форми на организација на работата (41,5%),

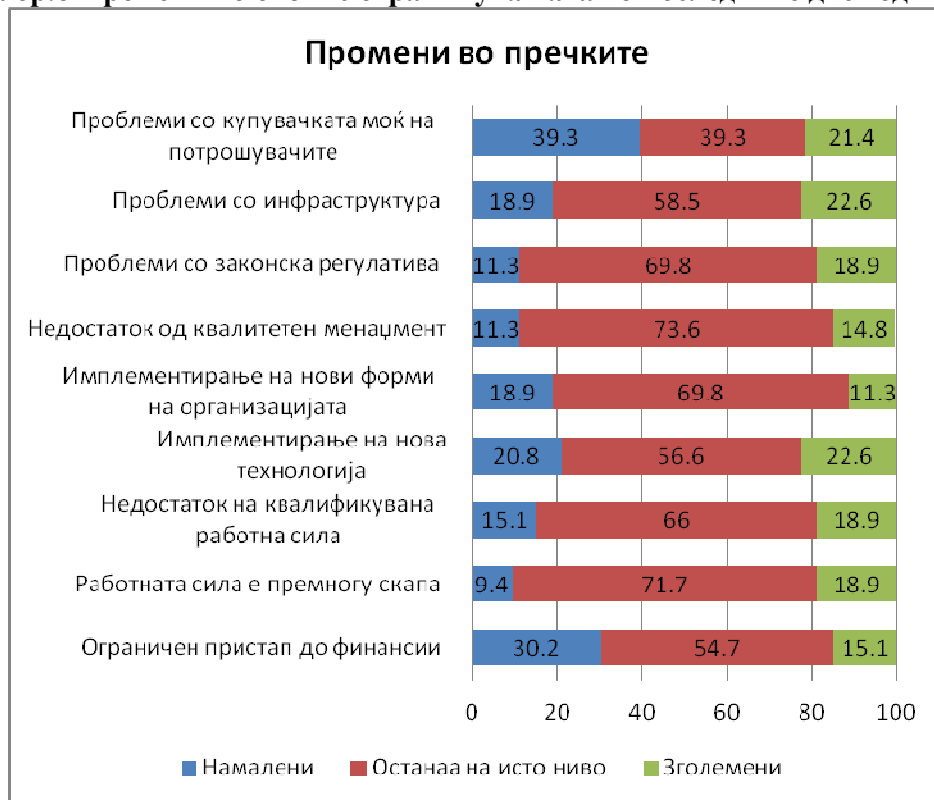
имплементација на нова технологија (41,5%), недостаток од квалитетен менаџмент (38,9%).

Слика 5. Пречки со кои се судрува бизнис секторот во последните две години



Во однос на прашањето за мислењето дали се настаните промени во пречките со кои претпријатијата се соочувале во последните две години, може да се констатира дека генерално сите проблеми останале на исто ниво, односно не се променети. Тука особено се истакнува поделеноста во мислењето за промените во проблемот со купувачката моќ на потрошувачите, при што 31 % од фирмите сметаат дека проблемот е зголемен, 39,3% и во ист толкав процент се изјасниле дека проблемот е намален. Кога станува збор за инфраструктурата, 22,6% од бизнис секторот смета дека овој проблем дополнително е зголемен, а 18,9% одговориле дека проблемот е намален. Околу 23% од испитаните бизниси сметаат дека во последните две години проблемот со новата технологија е зголемен.

Слика бр.6 Промени во бизнис ограничувањата во последните две години



Интересен е податокот дека 39,3% од анкетираниите бизниси имаат одговорено дека проблемите со куповната моќ се намалени, и околу 30% одговориле дека проблемот со пристап до финансии, исто така, е намален.

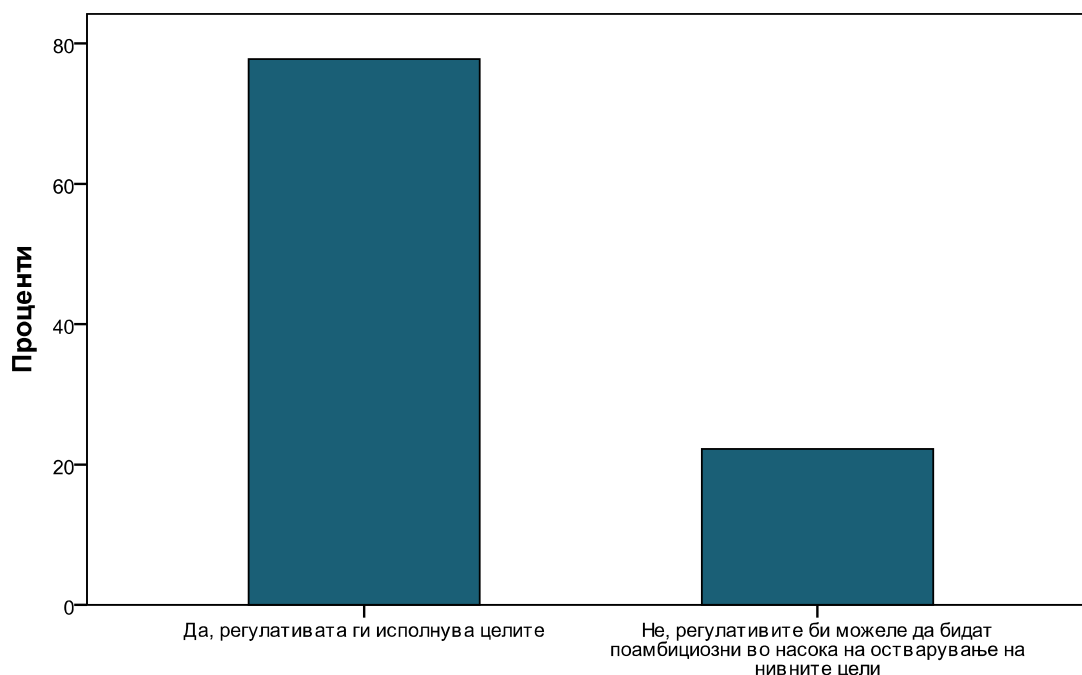
ГЛАВА 3 КОРПОРАТИВНА ОДГОВОРНОСТ

Да се биде општествено одговорна компанија значи истата да се однесува етички и со чувствителност кон социјални, културни, економски и еколошки прашања. Стремежот кон општествена одговорност им помага на поединците, организациите и владите да имаат позитивно влијание на развојот, бизнисот и општеството.

Кај бизнис секторот генерално постои позитивно мислење дека регулативите што ги применува се соодветни за исполнување на целите што ги поставува Владата за заштита на определени јавни услуги, заштита на животната средина и определени категории на граѓани и сл. Сепак, дел од испитаниците (22,2%) одговориле дека регулативите би можеле да бидат поамбициозни за да придонесат за остварување на претходно поставените цели.

Слика 7. Соодветност на регулативите што ги применуваат претпријатијата за постигнување на целите на Владата

Дали мислите дека регулативите што ги применува Вашата компанија се соодветни за постигнување на целите на Владата?



Посветеност на барање на информации содржани во законодавството

Компаниите трошат време и напор за извршување на административни задачи. За правилно извршување на истите, потребно е да се добијат информации содржани во законодавството. Тие активности за прибирање на информации и пополнување на формуларите (за потребите на локалната и централната власт заедно), бараат определен напор и време. Со цел да се измери вложениот напор и време, од компаниите им беше побарано истото да го оценат во број на потрошени работни денови во текот на претходната година на овие активности. Најголем дел од компаниите, односно дури 53% посветуваат до 30 работни денови. Сепак, може да се забележи и значаен процент на компании, односно околу 7% кои посветуваат повеќе од 100 работни денови на вакви активности.

Слика бр.8 Време кое претпријатијата го трошат во барање на информации содржани во законодавството

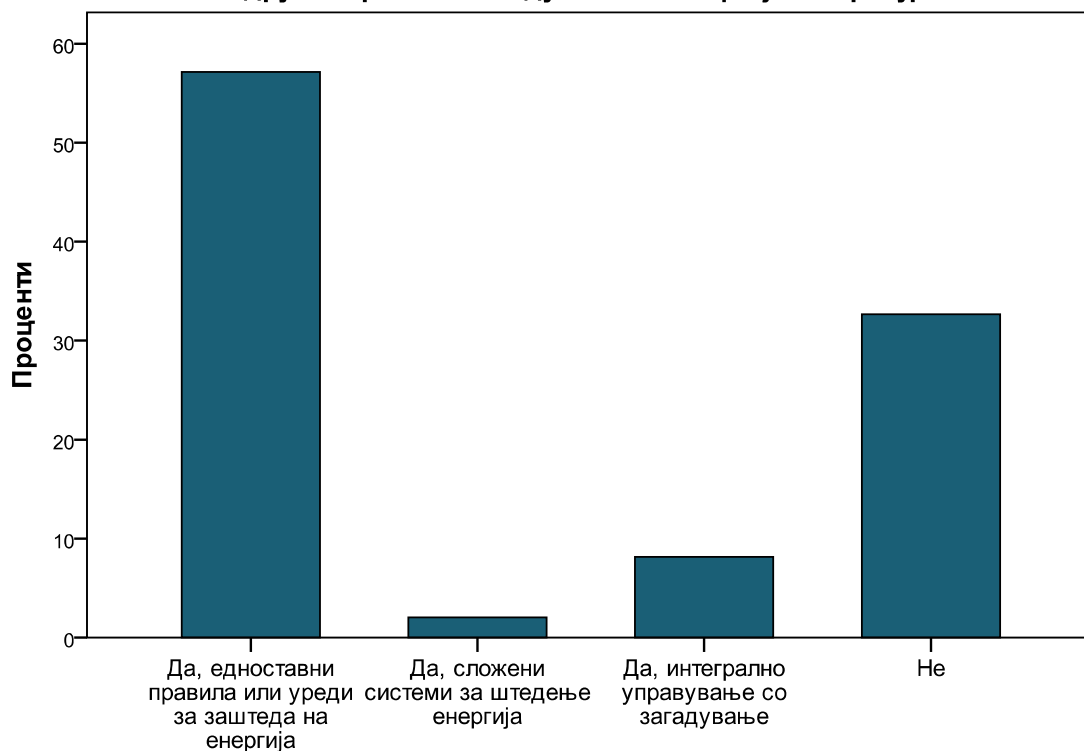


Употреба на системи и мерки за управување со животната средина и заштедување на енергија и ресурси

Со цел да се намалат трошоците на работењето од една страна, и да се биде општествено одговорен од друга страна, претпријатијата во зависност од видот на производството применуваат различни системи за управување со животната средина или пак мерки за заштеда на енергија или ресурси. Загрижувачки е што дури 32,7% од претпријатијата не употребуваат никаков систем за управување со животната околина или било какви мерки за заштеда на енергија, односно 57,1% применуваат едноставни правила или уреди. Само минимални 2% употребуваат интегрирано управување со загадување или сложени системи за штедење на енергија.

Слика 9. Употреба на системи за управување со животна средина или било кои мерки за заштеда на енергија или ресурси

Дали Вашето претпријатие користи систем за управување со животна околина или било кои други мерки за заштедување на енергија или ресурси?



ГЛАВА 4 ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЈА

Форми на интернационализација

Генерално гледано на ниво на ОГБ, околу 66,6% од испитаниците применуваат некаков начин на интернационализација.

Извозот и увозот, како традиционални начини на интернационализација, се исклучително значајни, меѓутоа интернационализацијата опфаќа многу повеќе диференцирани бизнис активности. Извозот и увозот, се уште се сметаат како основен пристап за постанување на меѓународно претпријатие. Сепак, вложувањето во претставништва во странство и заеднички вложувања се уште не се користат како одржлив начин за да се зајакнат интернационалните бизнис стратегии на претпријатијата.

Околу 56,1% односно 42,4% од претпријатијата увезуваат односно извезуваат. Околу 24,2% до 30,3% од претпријатијата прават напори за пробив на странски пазари (било тоа да се соседни земји, земји од экс Југословенските Републики или земји членки на ЕУ), 16,7% од претпријатијата користат и технолошка соработка како форма на интернационализација. За споредба повеќе од 25% од МСП во ЕУ земјите се вклучени во извоз или увоз, додека во другите форми тие се активни во помалку од 10%.¹

Слика 10. Начини на интернационализација

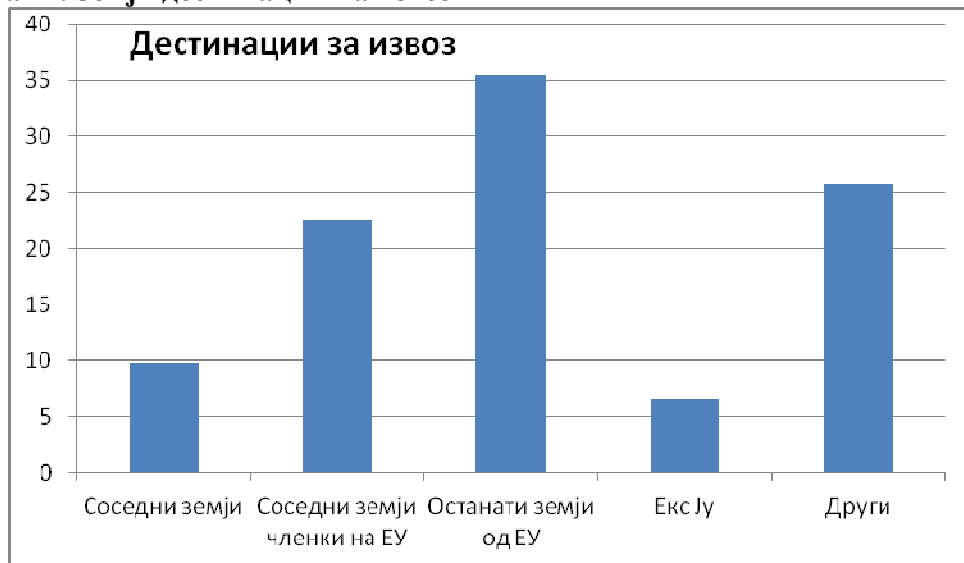


Технолошката соработка ја применуваат 11,5% од интернационализираните компании, и консултантските и аутсорсинг услуги ги применуваат по 7,6% од испитаните компании.

Главни земји дестинација на претпријатијата од ОГБ се земјите на ЕУ (35,4%), потоа следуваат други земји (25,8%) и соседните земји членки на ЕУ (22,6%), што пред сè се должи на географската оддалеченост на земјите.

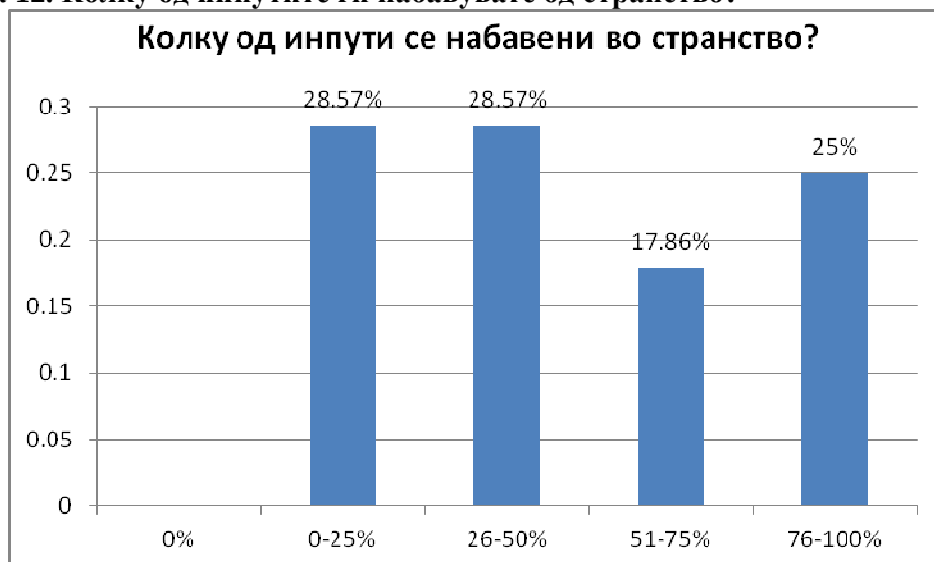
¹ Извор: Истражување 2009, Интернационализација на Европските МСП EIM/GDCC (N=9480)

Слика 11. Земји дестинации на извоз



Еден дел од претпријатијата (33,4%) прават увоз на инпутите потребни за нивното работење. Тука се вклучени капиталот, енергијата и сировините, но не и работната сила. Поконкретно, нема ниту една компанија која што не увезува инпути за своето производство, по 28,6% увезуваат помеѓу 0 и 25 проценти и од 26 до 50 проценти и високи 25% до целосно набавуваат инпути од странство.

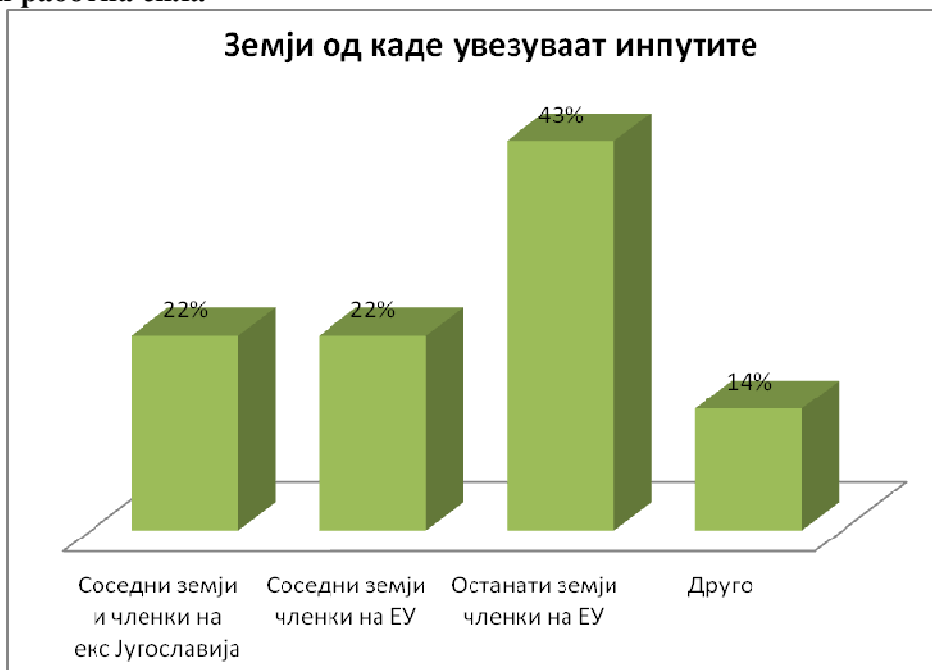
Слика 12. Колку од инпутите ги набавувате од странство?



Претпријатијата од ОГБ кои набавуваат инпути за производствените процеси од странски пазари, најголем дел од инпутите (околу 43%) ги увезуваат од земјите

членки на ЕУ, кои не се наши соседи, потоа (со околу 22%) следуваат соседните земји и экс Југословенските земји, и соседните земји членки на ЕУ.

Слика 13. Земји од каде се извезуваат инпути, вклучувајќи капитал и ресурси, но не и работна сила



Учество на извозот во вкупните годишни приходи

Анализирано од аспект на учеството на остварениот извоз во вкупниот годишен приход на претпријатието, може да се забележи дека најголем дел од претпријатијата (во просек околу 18%) остваруваат годишен извоз кој учествува до 10% во вкупните продажби на претпријатието. Вкупно 40,4% од извозно ориентираните претпријатија остваруваат извоз кој во вкупните приходи учествува со над 50%. Во однос на планираните приходи за следната година, претпријатијата предвидуваат благо опаѓање на приходите од извоз.

Слика 14. Учество на остварен и планиран извоз во вкупните годишни приходи.

Извоз во % на вкупна продажба	Реализиран извоз во 2010	Реализиран извоз во 2011	Реализиран извоз во 2012	Планиран извоз за 2013
0-9%	7.14%	20%	13.33%	33.33%
10-19%	28.57%	13.33%	13.33%	8.33%
20-29%	21.42%	6.67%	20%	8.33%
30-39%	/	6.67%	6.67%	8.33%
40-49%	7.14%	13.33%	13.33%	8.33%
50-59%	14.29%	13.33%	13.33%	8.33%
60-69%	7.14%	6.67%	6.67%	/
70-79%	7.14%	13.33%	/	16.67%
80-89%	7.14%	6.67%	13.33%	8.33%
90-100%				

Бариири на интернационализација

Во овој дел анализирани се бариерите со кои претпријатијата се соочуваат во реализирањето на меѓународните бизнис активности, без разлика дали станува збор за претпријатија кои се веќе активни или пак имаат планови да се интернационализираат. Понекогаш меѓународните трансакции не можат да бидат реализирани бидејќи фирмите не се способни да ги надминат бариерите за интернационализација. Затоа е битно да се добие слика за видот на бариерите со кои се соочуваат претпријатијата пред да се започне или за време на интернационализацијата, односно да се таргетира потребната поддршка за специфичните нивни потреби.

Претпријатијата кои се уште не се активни на меѓународните пазари можат да се справат со некои бариери и да ги надминат, а некои не. Заради разликите во перцепцијата кон бариерите помеѓу фирмите со мало искуство и фирмите со поголемо меѓународно бизнис искуство, потребно е да се обрне внимание на потребите и на двете групи на фирми.

Направена е разлика помеѓу интерните (внатрешни) бариери кои се однесуваат на способноста на фирмата и екстерни (надворешни) бариери кои се однесуваат на проблемите кои произлегуваат од бизнис опкружувањето. Двата вида на бариери се поврзани: колку е поголеми ресурси има претпријатието, толку е полесно да се справи со екстерните бариери.

Од анализата може да се забележи дека најголем број на компании (34,8%) одговориле дека немаат интерни бариери за интернационализација. Ова е изненадувачки одговор и дел може да се објасне со непознавањето на процесот за интернационализација на компанијата.

Втора најзначајна бариера со која се соочуваат претпријатијата е високата цена на производите/услугите што ги нуди претпријатието. За да се помогне во надминувањето на овие бариери, би можело да придонесе интегрирањето на мерките насочени кон зголемување на ефикасноста на фирмите, или со комбинирање на интернационализација и политика за иновативност.

Трета најзначајна бариера се високите трошоци за процесот на интернационализација за 12,1% од вкупниот број на испитани бизниси. Обезбедувањето на лесно достапни информации за меѓународните пазари или субвенционирање на трговски мисии за олеснување на учеството на странски пазари можат да бидат соодветни мерки за поддршка за надминување на оваа бариера.

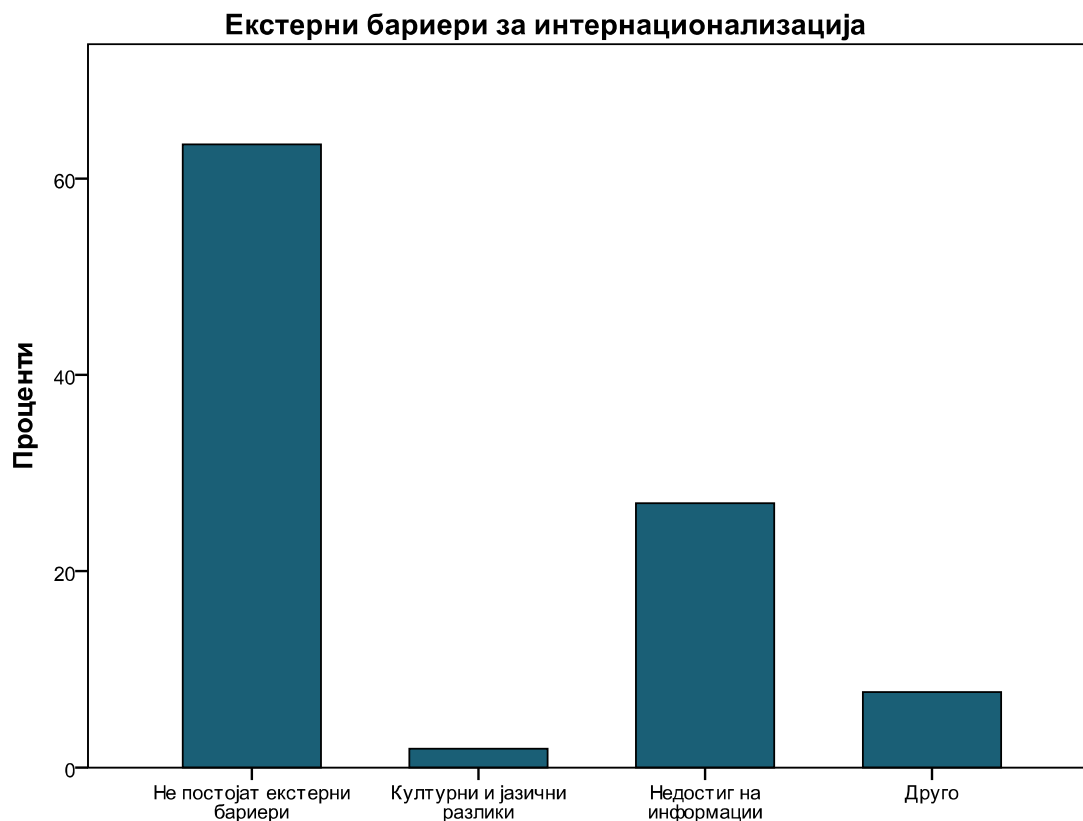
Слика 15. Интерни бариери за интернационализација



Дури 63,5% од анкетираните бизниси одговориле дека воопшто не се соочува со екстерни бариери за интернационализација. Околу 26,9 % од фирмите се соочуваат со недостиг на информации што ги оневозможува да остварат некаква форма на

интернационализација. Дури 44% од претпријатијата од земјите членки на ЕУ сметаат дека недостигот на информации претставува пречка за интернационализација.²

Слика 16. Екстерни бариери на интернационализација



Е-трговија и интернационализацијата

Генерално, околу 90,5% од вкупниот број на испитани претпријатија користат интернет за реализирање на своите активности. Притоа, имањето на интернет се однесува на директна употреба на интернетот во производството, управувањето, учењето или сл. за потребите на претпријатието.

Активностите за е- трговијата се во позитивна корелација со учеството на пазарите за увоз или извоз. Интернетот придонесува кон надминување на некои од бариерите за интернационализација. Од тој аспект, потребно е постојано стимулирање на растот на електронската трговија.

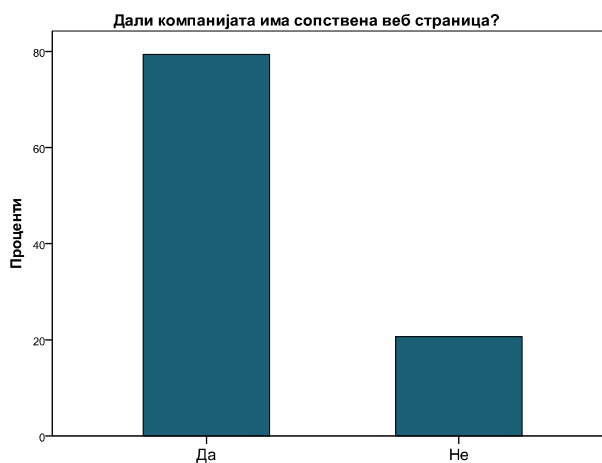
² Извор: Истражување 2009, Интернационализација на Европските МСП, EIM/GDCC (N=9480).

Слика 17 Употреба на интернет кај претпријатијата



Околу 79,4 % од компаниите имаат сопствена веб страна. Имено, 65% од претпријатијата во земјите членки на ЕУ имаат сопствена веб страна, што позитивно укажува на следењето на европските практики.

Слика 18. Дали претпријатието има сопствена веб страна



Најголем дел од испитаните бизниси (81,8%) интернетот го користат само за споделување на информации за фирмата, како и презентација на производите и услугите што истата ги нуди (51,5%). Значителен дел од претпријатијата примаат односно прават порачки (27,3%), односно ги реализираат плаќањата преку

интернет (16,7%). При тоа, околу 3% од наметаните компании воопшто не остваруваат активности на интернет, и 1,5% својот бизнис целосно го менаџираат преку интернет.

Од анализата може да се заклучи дека иако голем дел од претпријатијата имаат сопствени веб страни, сепак истите најмногу се користат за споделување на основните податоци за претпријатието.

Слика 19. Активности преку интернет



ГЛАВА 5 КОНКУРЕНЦИЈА

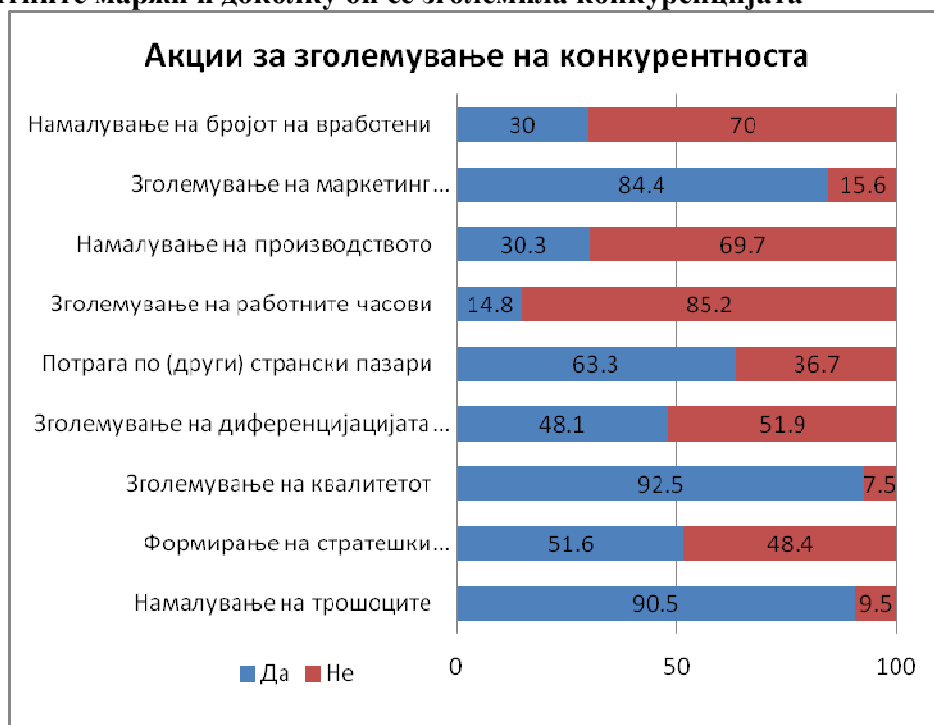
Во однос на промената во нивото на конкуренцијата што ја чувствуваат претпријатијата, може слободно да се констатира дека постои општо прифатено мислење (73,2%) дека конкуренцијата е зголемена. Со цел да ја зголемат успешноста и да ја зајакнат својата пазарна позиција, потребно е да изнајдат предност во однос на своите конкуренти. Постојат повеќе начини за да се развие конкурентска предност, како што се да се биде поиновативен од конкурентите, воспоставување подобри врски со потрошувачите, изградба на цврста репутација, воведување на нова технологија, намалување на производните трошоци или подобрување на квалитетот на производите/услугите и сл.

Слика 20. Промени во нивото на конкуренција



Притоа, доколку конкуренцијата продолжува да се зголемува, да станува посилна, а од друга страна профитните маржи да бидат намалени, 92,5% од претпријатијата би реагирале преку зголемување на квалитетот на производите, 90,5% би презеле акции за намалување на трошоците, 84,4% би ги зголемиле маркетинг активностите. Покрај тоа, дел од претпријатијата (30,3%) би се одлучиле да го намалат обемот на производство.

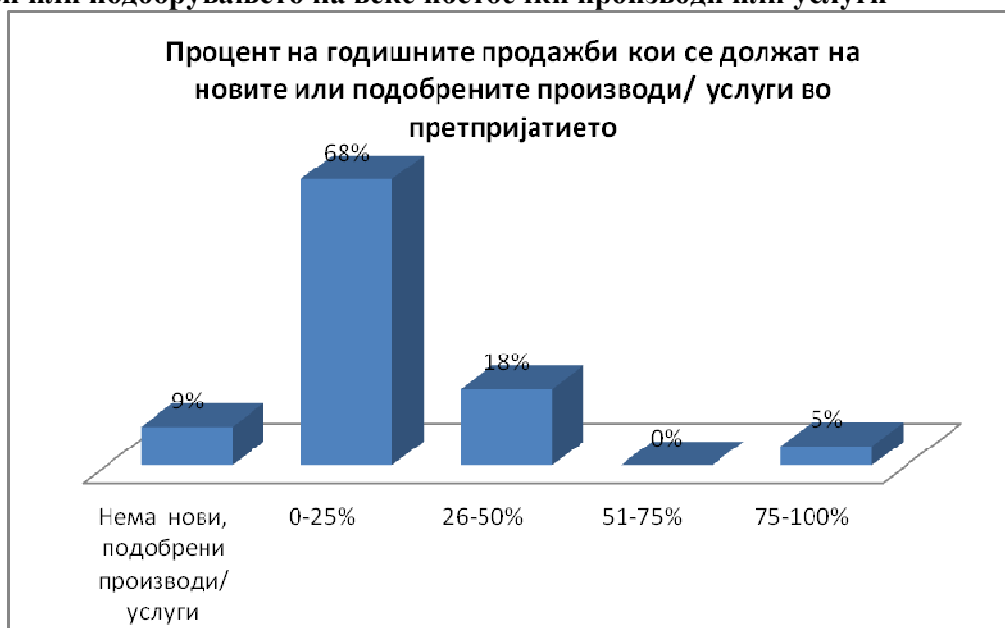
Слика 21 Акции кои претпријатието би ги презело доколку се намалат профитните маржи и доколку би се зголемила конкуренцијата



ГЛАВА 6 ИНОВАЦИИ

Имајќи предвид дека во услови на динамично бизнис опкружување и зголемена конкуренција, конкурентноста на фирмата зависи од брзината со која може да воведо нови или подобрени производи на пазарот и подобрувањата во заштеда на трошоци кои може да ги направи, тогаш загрижувачки е добиениот податок дека дури 40,7% од претпријатијата не ги подобриле постоечките или не вовеле нов производ во последните две години. Може да се забележи дека оние претпријатија кои применуваат нови производи или услуги или барем значајно ги подобриле постоечките, забележале позитивен ефект врз годишните продажби. Дури 68% од овие претпријатија забележале пораст на годишните приходи до 25% , додека кај 18% бил забележан пораст до 50%.

Слика 22. Процент на зголемени продажби како резултат на воведувањето на нови или подобрувањето на веќе постоечки производи или услуги



Ограничувања на иновациските активности

Во поглед на причините кои ги ограничуваат претпријатијата да преземаат иновациски активности, може да се констатира дека најголемо ограничување претставува пристапот до финансии, без разлика дали тоа се однесува на високи каматни стапки за позајмени средства или други проблеми. Друг проблем со кој се соочува бизнис секторот е недостиг од пазарна побарувачка и несоработката со истражувачи (21,2%). Интересно е како најмало ограничување со кое се соочува бизнис секторот смета дека е заштитата на интелектуалната сопственост.

Слика 23. Ограничувања на иновациските активности



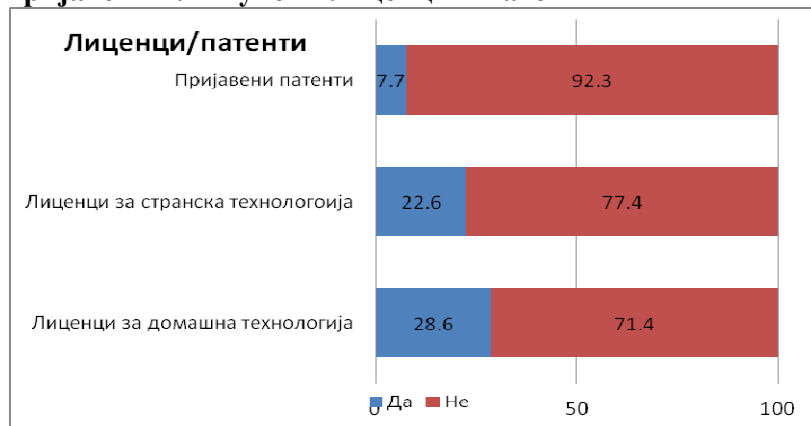
Претпријатијата можат да бидат иновативни преку воведување на нови производи или услуги на пазарот кои самите тие ги развиле или пак не. Друг начин да се биде иновативен е да се воведат иновации во процесите. Во последните три години, речиси 40,7% од анкетираните компании немаат воведено нови производи/услуги, односно 14,8% имаат воведено иновации во производи/ услуги кои се нови за самата компанија. Околу 38,9% од анкетираниите бизниси имаат воведени нови производи/услуги, кои што се исто така нови за секторот во земјата, и само 5,6% имаат воведено нови производи/услуги, кои што во исто време се нови во истиот сектор во странство.

Слика 24. Дали во последните три години се воведени нови производи или услуги



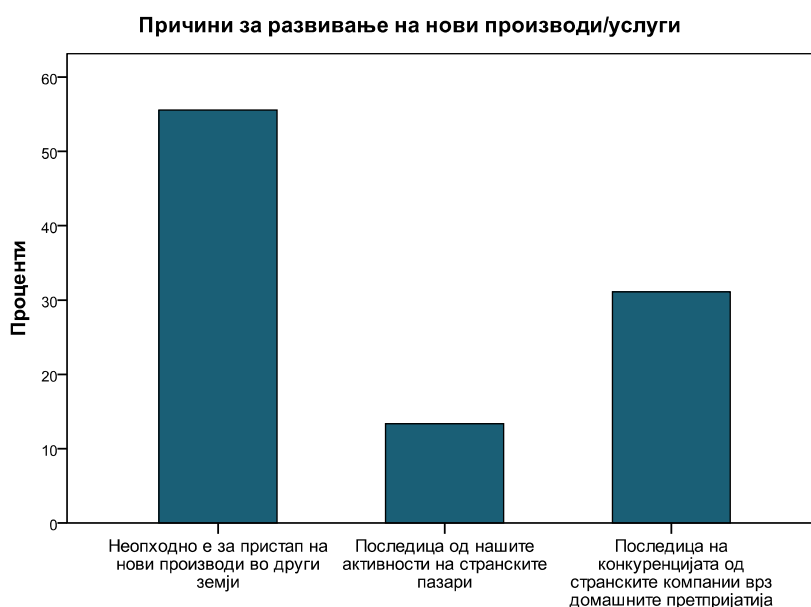
Во однос на користењето на лиценци и патенти, домашни лиценци за работа имаат купено 28,6 % од испитаните бизниси, односно 22,6 % од претпријатијата имаат купено лиценци за работа од странски компании. Патенти пријавиле само 7,7% од претпријатијата.

Слика 25. Пријавени или купени лиценци и патенти



Резултатите потврдуваат дека развојот на нов производ/услуга од страна на фирмата е неопходен за влез на странски пазар за 55,6% од испитаните претпријатија. Околу 13,3% од претпријатијата развиваат нови производи како последица на нивните активности на странските пазари. На странските инвеститори им се потребни иновации за да изградат конкурентска предност. Сепак, засилената конкуренција од странските компании врз домашните придонесува околу третина (31,1%) од испитаните претпријатија да развиваат нови производи/услуги. Ова иницира на потреба од непотценување на улогата на катализатор која ја имаат странските компании на домашниот пазар со што ги стимулира да бидат поиновативни.

Слика 26. Причина за воведување на нови производи/ услуги



Гледано од аспект на соработката со соодветни институции за развивање на нови производи/ услуги или подобрување на производствените и другите процеси, во насока на создавање на можности да се биде иновативен, претпријатијата генерално се изјасниле дека не соработуваат со факултетите, институти и/или истражувачи, односно 61,3% не се заинтересирани за воспоставување на ваков тип на соработка.

Слика 27. Соработка со факултети, институти и / или истражувачи



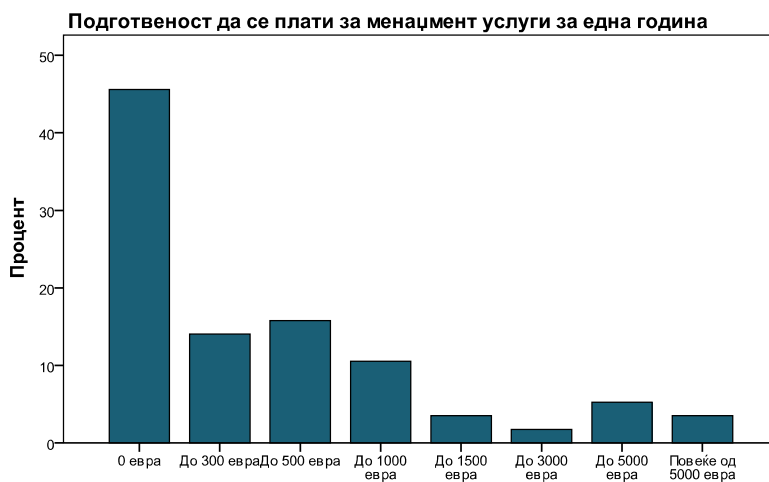
Квалитетниот бизнис план е патоказ за бизнисот со кој се дефинира визијата, целите и пазарниот таргет на претпријатието и исто така, дава можност за проверка на отстапувањето на реално оствареното од планираното. Со бизнис планирањето претпријатието треба да го определи фокусот, насоките и целите на претпријатието за определен период најчесто за една година. Околу половина (50,8%) од испитаните претпријатија не се подготвени воопшто да вложат средства за изработка на бизнис план. Понатаму, вкупно 42,5% од анкетираниите компании изразиле подготвеност да платат најмногу 1000 евра за изработка на бизнис план.

Слика 28. Подготвеност на компанијата да плати за изработка на бизнис план



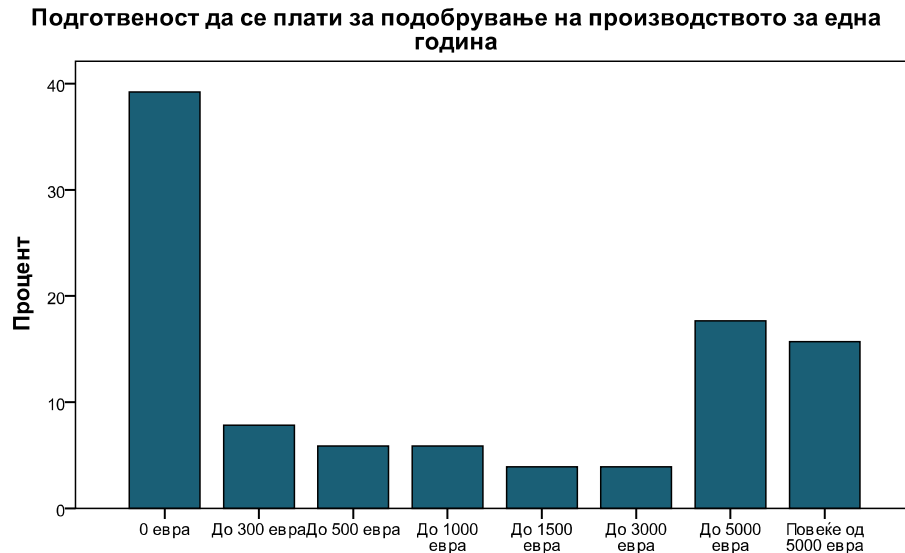
Претпријатијата во ОГБ не се подготвени да платат за менаџмент услуги. Дури 45,6% не се подготвени да издвојат воопшто средства за да платат соодветни менаџмент услуги, додека 14% би издвоиле до 300 еур, а само 3,5% би издвоиле над 5000 еур годишно за вакви услуги.

Слика 29. Подготвеност на компанијата да плати за менаџмент услуги



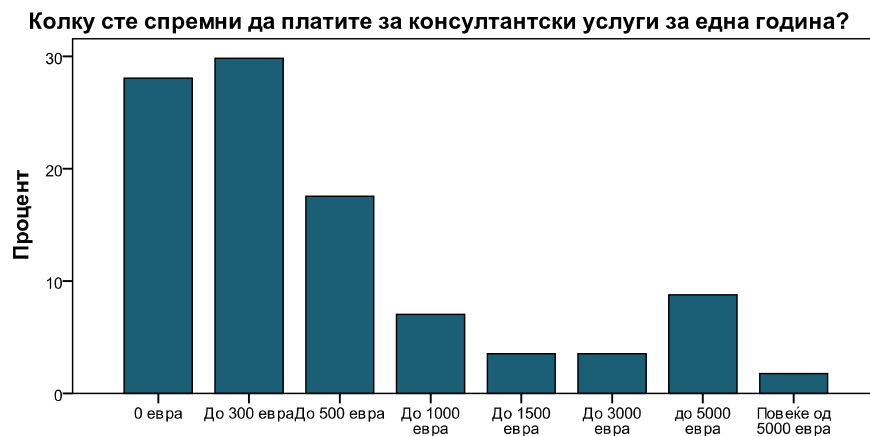
Голем дел од претпријатијата не се подготвени да вложат средства за подобрување на производствените процеси, односно дури 39,2% воопшто не би платиле за подобрување на производството, а 13,7% би платиле до 500 евра за истото. 15,7% би платиле и повеќе од 5000 евра за подобрување на производството.

Слика 30. Подготвеност на компанијата да плати за подобрување на производството



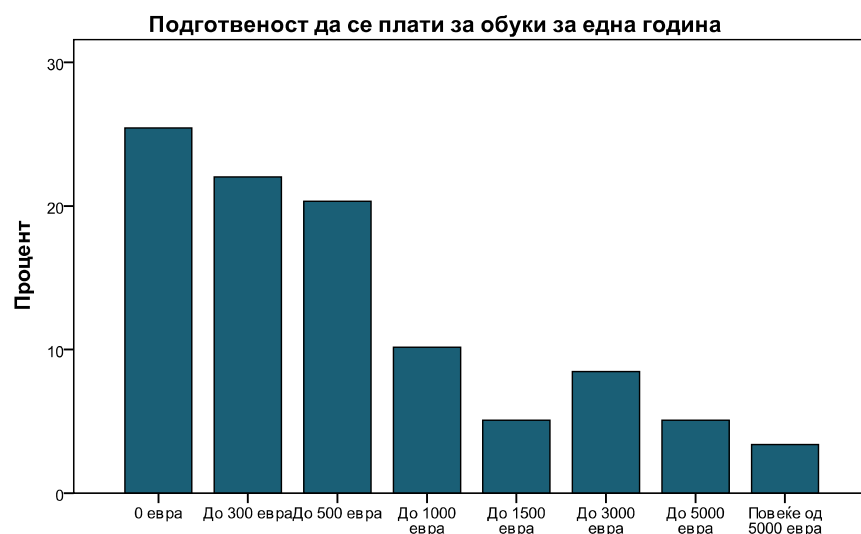
Кај 28,1% од претпријатијата постои чувство на неспремност да платат за консултантски услуги воопшто, додека 29,8% односно 17,5% би платиле до 300 еур односно 500 еур годишно.

Слика 31. Подготвеност на компанијата да плати за консултантски услуги



Слична е и состојбата за подготвеноста на бизнис секторот за плаќа за обуки, односно дури 25,4% не се чувствуваат воопшто спремни да платат за обука, 22% би платиле до 300 евра годишно, 20,3% би платиле до 500 евра годишно, 10,2% би платиле до 1000 евра годишно за соодветни обуки.

Слика 32. Подготвеност на компанијата да плати за обуки



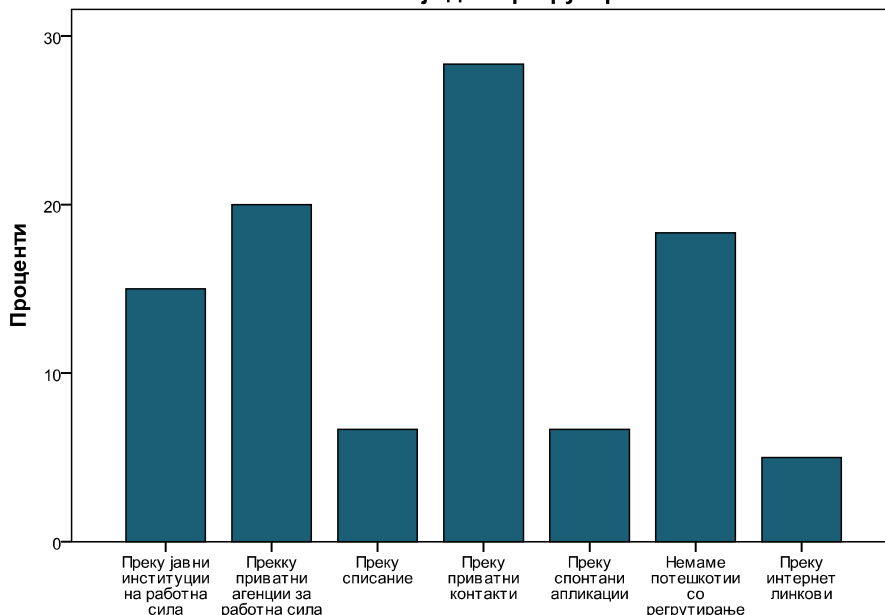
ГЛАВА 7

ПАЗАР НА ТРУД

Скоро третина од претпријатијата, односно 28,3% од нив при регрутирањето на кадрите ги користат личните/приватни контакти. Ваквата ориентираност кон вработување преку приватни контакти може да создаде голем број на специфични предизвици, особено во поглед на поддршка на раст на бизнисот и на пазарот на проширување на активности, како и интернационализација на бизнис преку пазарните врски во рамките на различни синџири на вредности насочени од страна на националните политики. Исто така, интересно е да се забележи дека компаниите при регрутирањето повеќе ги користат услугите на приватните институции во однос на јавните.

Слика 33. Пристап за регрутација на дефицитарни кадри

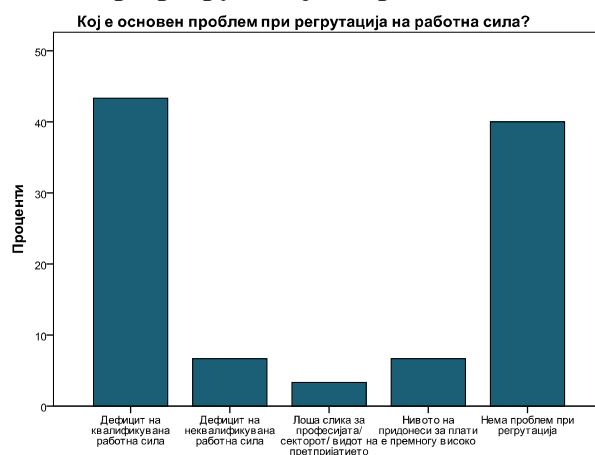
Со кој пристап ги пронаоѓате профилите на работна сила кои компанијата има потешкотија да ги регрутира?



Потешкотии при регрутацијата на работната сила

При регрутацијата, 40% од испитаните фирми не се соочуваат со проблем при овој процес. Дури 43,3% од претпријатијата имаат тешкотии при ангажирањето на работната сила, заради недоволна квалификуваност на кандидатите.

Слика 34. Основен проблем при регрутација на работната сила



Образовна структура на вработените

Кога се разгледува образовната структура на вработените во компаниите, може да се забележи дека компаниите најмногу ангажираат кадар кој се стекнал со високо и

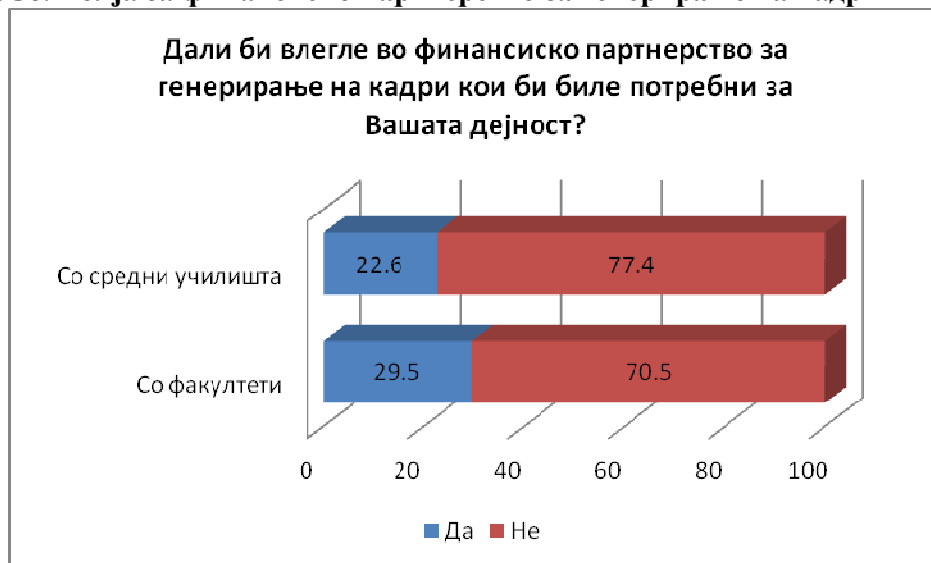
средно образование. Дури 80,3% од компаниите немаат вработено кадар со постдипломски студии, и ниту еден вработен без образование.

Слика 35. Образовна структура на човечките ресурси

% од вкупните човечки ресурси	Постдипломски студии	Високо образование	Средно образование	Основно образование	Без образование
0	80.3	27.3	28.8	60.6	0.0
1-25%	19.7	51.5	6.1	0.0	0.0
26-50%	0.0	10.6	10.6	31.8	0.0
51-75%	0.0	1.5	24.2	7.6	0.0
76-100%	0.0	9.1	30.3	0.0	0.0

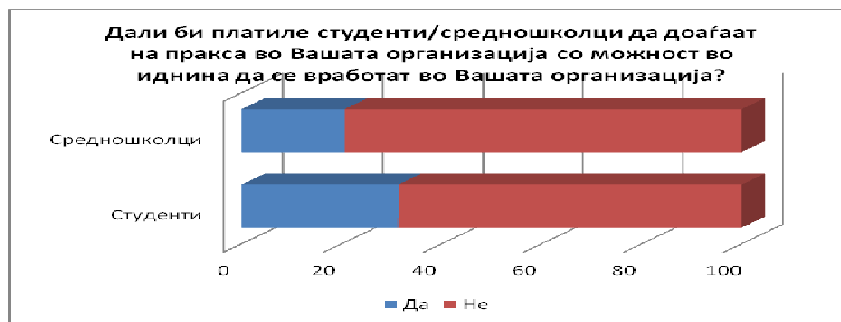
Анализите покажуваат дека стопанството се уште не би користело финансиско партнерство за генерирање на кадри со образовните институции. Дури 70,5%, односно 77,4% од компаниите не би употребиле финансиско партнерство со факултетите/институциите и средните училишта за обезбедување на соодветен профил на кадар.

Слика 36. Волја за финансиско партнерство за генерирање на кадри



Исто така, кај стопанството во ОГБ генерално не постои волја за ангажирање на студенти и средношколци за изведување на практична работа создавајќи можност истите во иднина да бидат вработени во компанијата.

Слика 37. Дали би платиле студенти/средношколци да доаѓаат на пракса со можност во иднина да се вработат во Вашата компанија?



ГЛАВА 8

ИЗВОРИ НА ФИНАНСИРАЊЕ И ИНВЕСТИЦИСКИ АКТИВНОСТИ

Финансирањето на претпријатијата е неопходно за да им помогне да ги изградат и прошират своите оперативни активности, да развијат нови производи /или инвестираат во производни капацитети.

Особено значајно е да се знае планираниот развој односно намерите за инвестирање на претпријатијата. Притоа, кај 75,8% од претпријатијата од ОГБ постои волја и намера за реализирање на инвестиции во следната година.

Слика 38. Планиран развој/ инвестиции во следната година



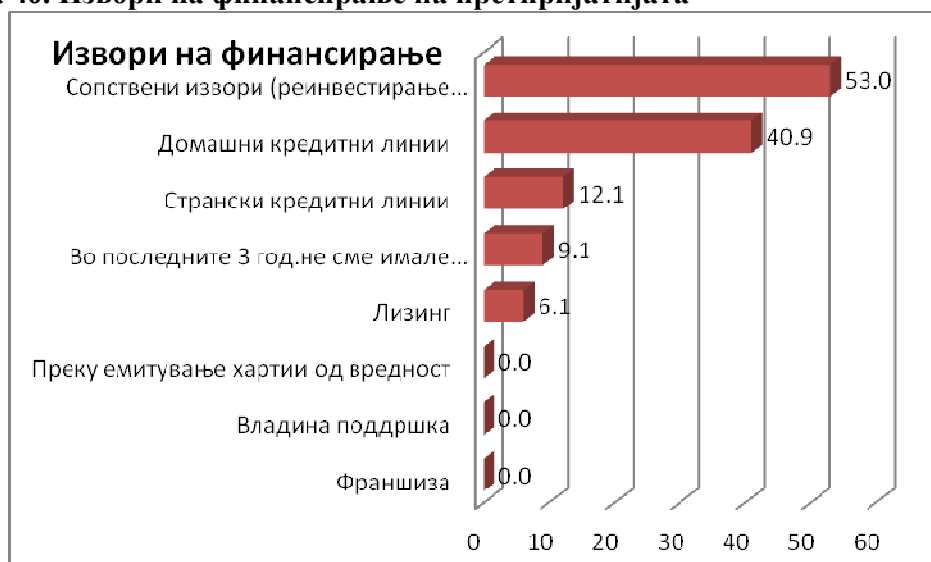
Најголем дел од претпријатијата кои планираат да реализираат инвестиции во наредната година (36,4%), имаат намера тоа да го направат преку изградба/купување на нови или да ги подобрат веќе постоечките капацитети, потоа следува инвестиции во нови пазари (25,8%). Нови вработувања и технолошки развој во следната година предвидуваат 22,7% односно 21,2% од претпријатијата кои планираат да инвестираат.

Слика 39. Сфера на инвестирање



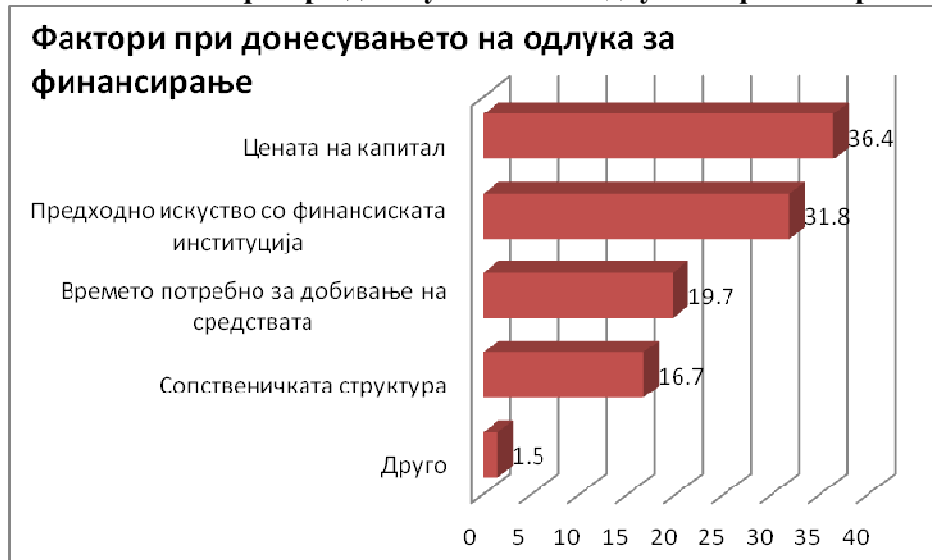
Кога станува збор за начините кои ги применуваат претпријатијата за да ги финансираат своите секојдневни активности или инвестициски потфати, најголем дел од бизнис секторот во ОГБ ги користи традиционалните начини на финансирање, односно 53% самофинансира од сопствени извори, а пак 40,9% користи домашни кредитни линии. Останатите извори на финансирање се помалку применувани, а финансирањето преку емисија на хартии од вредност воопшто не се практикува.

Слика 40. Извори на финансирање на претпријатијата



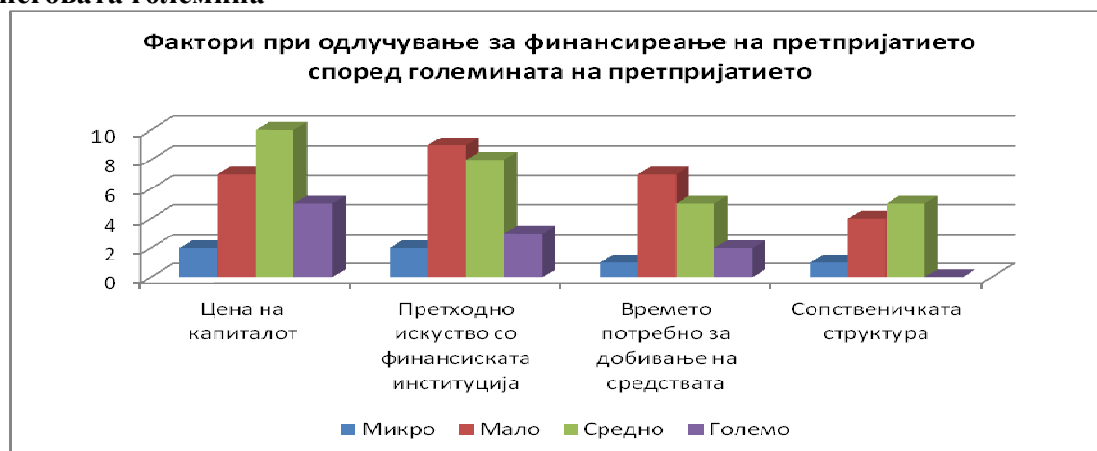
Цената на капиталот е најзначаен фактор кој влијае врз донесувањето на одлуката за финансирање според 36,4% од претпријатијата, потоа следи претходното искуство со финансиската институција од која се добива капиталот и потребното време за добивање на средства е критичен фактор за 19,7% .

Слика 41. Фактори при донесувањето на одлука за финансирање



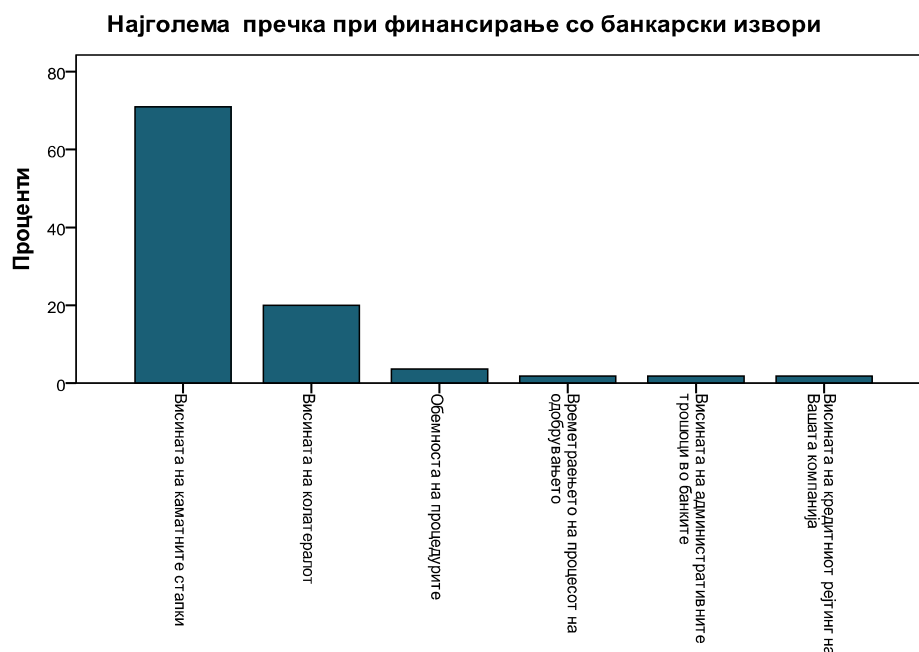
Кога се донесува одлука за начинот на финансирање кај микро претпријатијата, најзначајни фактори се цената на капиталот и претходното искуство со институцијата од каде се добиваат финансиите. Кај малите претпријатија при донесувањето на одлуката пресудни се претходното искуство со институцијата од каде се добиваат финансиите и времето потребно за добивање на средствата. За средните претпријатија најзначајни фактори се цената на капиталот и претходното искуство со финансиската институција, истото важи за големите претпријатија.

Слика 42. Фактори при одлучување за финансирање на претпријатието според неговата големина



Најголеми пречки со кои се соочува бизнис секторот од ОГБ при финансирањето е висината на каматната стапка за дури 70,9%, при што следува висината на колатералот со 20%.

Слика 43. Пречки при финансирањето со кои се соочуваат претпријатијата

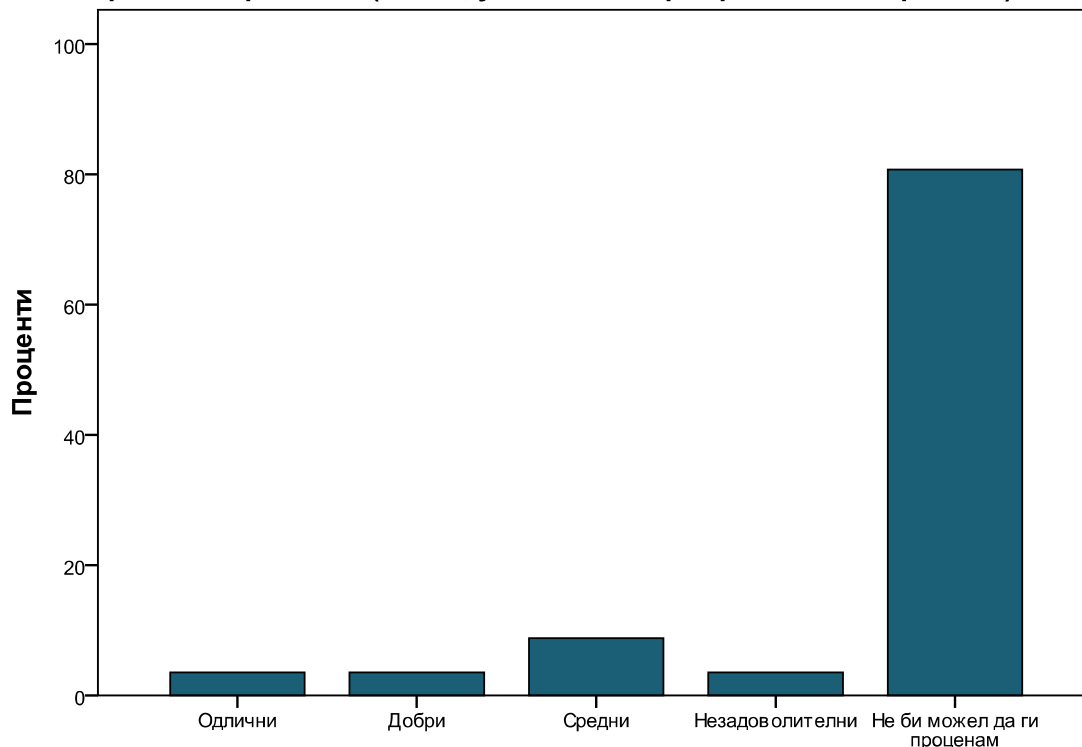


Дури 80,7% од претпријатијата не можат да ги проценат условите за финансирање преку емисија на хартии од вредност. Имајќи предвид дека претпријатијата воопшто не го практикуваат ова финансирање, може да се констатира дека постои недостиг на информации од оваа област, со што доколку бизнис секторот би бил

подетално запознаен за функционирањето и предностите на овој вид на финансирање, би можело се очекува идна употреба и на овој начин на финансирање на претпријатијата.

Слика 44. Оценка на условите за финансирање преку емисија на хартии од вредност.

Оценка на условите за финансирање преку јавна или приватна понуда на хартии од вредност (акции, удели или корпоративни обврзници)



ГЛАВА 9 ЗАКЛУЧОЦИ

Ограничување на бизнис перформансите

Скоро половината испитаници односно 43,9% се изјасниле дека недостатокот од доверба во бизнис реалциите значително влијае врз потенцијалот за развој на претпријатието. Понатаму, околу 39% од испитаници се изјасниле дека отежнатиот пристап до финансиски средства значително влијае врз потенцијалот за развој на претпријатието. На трето место е ограничувањето за недоволна работна етика на работната сила, како и тоа дека околу 31,8% од испитаниците сметаат дека пречка за развојот на бизнисот претставува несоодветно едуцираната сила. Понатаму, околу 30% сметаат дека државната администрација е неефикасна и како таква придонесува за отежнато извршување на бизнис активностите. Дополнително на

тоа, околу 29% сметаат нестабилните економски политики претставуваат пречка за развој на бизнисот.

Пречки во остварување на подобри бизнис перформанси

најизразена пречка е инфраструктурата за 54,5% од претпријатијата, а само за 12,7% овој проблем не бил воопшто пречка. Потоа како следна најголема пречка претставува недостатокот на квалификувана работна сила за 43,9% од компаниите. Интересен е податокот дека 39,3% од анкетираниите бизниси имаат одговорено дека проблемите со куповната моќ се намалени, и околу 30% одговориле дека проблемот со пристап до финансии, исто така, е намален.

Корпоративна одговорност

Со цел да се измери вложениот напор и време, од компаниите им беше побарано да го оценат во број на потрошени работни денови во текот на претходната година на активности за прибирање на информации и пополнување на формуларите (за потребите на локалната и централната власт заедно). Најголем дел од компаниите, односно 53% посветуваат и до 30 работни денови за овие активности.

Загрижувачки е што дури 32,7% од претпријатијата не употребуваат никаков систем за управување со животната околина или било какви мерки за заштеда на енергија, односно 57,1% применуваат едноставни правила или уреди.

Интернационализација

Околу 56,1% односно 42,4% од претпријатијата увезуваат односно извезуваат. Околу 24,2% до 30,3% од претпријатијата прават напори за пробив на странски пазари (било тоа да се соседни земји, земји од екс Југословенските Републики или земји членки на ЕУ), 16,7% од претпријатијата користат и технолошка соработка како форма на интернационализација. Нема ниту една компанија од испитаните која што не увезува инпути за своето производство, по 28,6% увезуваат помеѓу 0 и 25 проценти и од 26 до 50 проценти и високи 25% до целосно набавуваат инпути од странство. Околу 26,9 % од фирмите се соочуваат со недостиг на информации што ги оневозможува да остварат некаква форма на интернационализација. Значителен дел од претпријатијата примаат односно прават порачки (27,3%), односно ги реализираат плаќањата преку интернет (16,7%). При тоа, околу 3% од анкетираниите компании воопшто не остваруваат активности на интернет, и 1,5% својот бизнис целосно го менаџираат преку интернет.

Конкуренција

Постои општо прифатено мислење (73,2%) дека конкуренцијата е зголемена. Притоа, доколку конкуренцијата продолжува да се зголемува, да станува посилна, а од друга страна профитните маржи да бидат намалени, 92,5% од претпријатијата би реагирале преку зголемување на квалитетот на производите, 90,5% би презеле акции за намалување на трошоците, 84,4% би ги зголемиле маркетинг активностите. Покрај тоа, дел од претпријатијата (30,3%) би се одлучиле да го намалат обемот на производство.

Иновации

Загрижувачки е добиениот податок дека дури 40,7% од претпријатијата не ги подобриле постоечките или не вовеле нов производ во последните две години. Може да се забележи дека оние претпријатија кои применуваат нови производи или услуги или барем значајно ги подобриле постоечките, забележале позитивен ефект врз годишните продажби. Дури 68% од овие претпријатија забележале пораст на годишните приходи до 25% , додека кај 18% бил забележан пораст до 50%.

Во поглед на причините кои ги ограничуваат претпријатијата да преземаат иновациски активности, може да се констатира дека најголемо ограничување претставува пристапот до финансии, без разлика дали тоа се однесува на високи каматни стапки за позајмени средства или други проблеми. Друг проблем со кој се соочува бизнис секторот е неодамнешен од пазарна побарувачка и несоработката со истражувачи (21,2%).

Во однос на користењето на лиценци и патенти, домашни лиценци за работа имаат купено 28,6 % од испитаните бизниси, односно 22,6 % од претпријатијата имаат купено лиценци за работа од странски компании. Патенти пријавиле само 7,7% од претпријатијата.

Загрижува податокот дека претпријатијата генерално се изјасниле дека не соработуваат со факултетите, институти и/или истражувачи, односно 61,3% не се заинтересирани за воспоставување на ваков тип на соработка. Околу половина (50,8%) од испитаните претпријатија не се подготвени воопшто да вложат средства за изработка на бизнис план. Понатаму, вкупно 42,5% од анкетираниите компании изразиле подготвеност да платат најмногу 1000 евра за изработка на бизнис план.

Претпријатијата во ОГБ не се подготвени да платат за менаџмент услуги. Дури 45,6% не се подготвени да издвојат воопшто средства за да платат соодветни менаџмент услуги, додека 14% би издвоиле до 300 еур, а само 3,5% би издвоиле над 5000 еур годишно за вакви услуги. Голем дел од претпријатијата не се подготвени да вложат средства за подобрување на производствените процеси, односно дури 39,2% воопшто не би платиле за подобрување на производството, а 13,7% би платиле до 500 евра за истото. 15,7% би платиле и повеќе од 5000 евра за подобрување на производството.

Пазар на труд

Скоро третина од претпријатијата, односно 28,3% од нив при регрутирањето на кадрите ги користат личните/приватни контакти. Дури 43,3% од претпријатијата имаат тешкотии при ангажирањето на работната сила, заради недоволна квалификуваност на кандидатите. Дури 80,3% од компаниите немаат вработено кадар со постдипломски студии, и ниту еден вработен без образование.

Анализите покажуваат дека стопанството се уште не би користело финансиско партнерство за генерирање на кадри со образовните институции. Дури 70,5%, односно 77,4% од компаниите не би употребиле финансиско партнерство со факултетите/институциите и средните училишта за обезбедување на соодветен профил на кадар. Кај стопанството во ОГБ генерално не постои волја за ангажирање на студенти и средношколци за изведување на практична работа создавајќи можност истите во иднина да бидат вработени во компанијата.

Извори на финансирање и инвестициски активности

Најголем дел од бизнис секторот во ОГБ ги користи традиционалните начини на финансирање, односно 53% самофинансира од сопствени извори, а пак 40,9% користи домашни кредитни линии. Останатите извори на финансирање се помалку применувани, а финансирањето преку емисија на хартии од вредност воопшто не се практикува иако како најголеми пречки со кои се соочува бизнис секторот од ОГБ при финансирањето е висината на каматната стапка за дури 70,9%, при што следува висината на колатералот со 20%. Дури 80,7% од претпријатијата не можат да ги проценат условите за финансирање преку емисија на хартии од вредност. Имајќи предвид дека претпријатијата воопшто не го практикуваат ова финансирање, може да се констатира дека постои недостиг на информации од оваа област, со што доколку бизнис секторот би бил подетално запознаен за функционирањето и предностите на овој вид на финансирање, би можело се очекува идна употреба и на овој начин на финансирање на претпријатијата.

Цената на капиталот е најзначаен фактор кој влијае врз донесувањето на одлуката за финансирање според 36,4% од претпријатијата, потоа следи претходното искуство со финансиската институција од која се добива капиталот и потребното време за добивање на средства е критичен фактор за 19,7% .

Најголем дел од претпријатијата кои планираат да реализираат инвестиции во наредната година (36,4%), имаат намера тоа да го направат преку изградба/купување на нови или да ги подобрат веќе постоечките капацитети, потоа следува инвестиции во нови пазари (25,8%). Нови вработувања и технолошки развој во следната година предвидуваат 22,7% односно 21,2% од претпријатијата кои планираат да инвестираат.