

ДОКУМЕНТ СО ПРЕПОРАКИ ЗА КРЕИРАЊЕ НА ПОЛИТИКИ ЗА ИЗВОЗ

Ноември 2019

Оваа публикација е издадена со финансиска поддршка од Европската Унија. Содржината е динствена одговорност на Организацијата на Работодавачи на Македонија и Институтот за Динамичен Развој СФЕРА - НОВА и на никаков начин не може да се смета дека ги одразува гледиштата на Европската Унија

Проектот „ ИЗВОЗЕН АКЦЕЛЕРАТОР ЗА МАЛИ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА- SMEs Export Accelerator
EuropeAid/138-495/ID/АСТ/МК “ се спроведува од:



Проектот е финансиран
од Европската унија

ОРГАНИЗАЦИЈА НА РАБОТОДАВАЧИ НА МАКЕДОНИЈА
ORGANISATION OF EMPLOYERS OF MACEDONIA

ИНСТИТУТ ЗА ДИНАМИЧЕН РАЗВОЈ
СФЕРА-НОВА

Содржина

ВОВЕД	1
I. ПОЈДОВНА ОСНОВА	2
II. ТЕКОВНА ПОДДРШКА ЗА МСП	3
III. РЕГИОНАЛНИ ИНИЦИЈАТИВИ ЗА УНАПРЕДУВАЊЕ НА ИЗВОЗОТ	9
IV. ПРЕПОРАКИ ЗА КРЕИРАЊЕ НА ПОЛИТИКИ ЗА ИЗВОЗ	10

ВОВЕД

Документот за креирање политики за извоз на малите и средни претпријатија (МСП) од кондиторската и преработувачка индустрија за зеленчук и овошје произлегува како резултат од спроведувањето на активностите на проектот финансиран од ЕУ „Извозен акцелератор за МСП“, спроведуван во периодот 15 декември 2017 – 14 декември 2019 година од страна на Организацијата на работодавачи на Македонија и Институтот за динамичен развој „Сфера Нова“.

Со Проектот се обучија МСП за извоз и тоа преку почетна и напредна обука. Исто така, се менторираа компании-учесници на обуките за изработка на Извозен маркетинг план, а понатаму во завршната фаза се спроведоа демо-проекти за извоз на прехранбени производи од Северна Македонија на регионални пазари, односно се пилотираа 2 + 2 мали извозни проекти, се воспоставија извозни врски помеѓу домашни извозни компании и странски дистрибутери.

Во рамките на Проектот подготвени се две бизнис анализи на извозните можности во Бугарија за кондиторски производи и во Шведска за преработени производи од овошје и зеленчук. Добиените сознанија беа претставени на округла маса на која присуствуваа МСП кои беа учесници на обуките, како и претставници на Министерството за економија. На настанот како и за време на обуките беше разговарано за пречките и можностите за поддршка на извозот.

Овој документ за креирање политики за извоз на малите и средни претпријатија (МСП) од кондиторската и преработувачка индустрија за зеленчук и овошје, меѓу другото, ги содржи и предлозите добиени од МСП извозници од кондиторската и преработувачка индустрија за зеленчук и овошје за унапредување на извозот.



I. ПОЈДОВНА ОСНОВА

Во Северна Македонија, според податоците од Агенција за поддршка на претприемништво (АППРМ), малите и средните претпријатија (МСП) сочинуваат над 99% од вкупниот број регистрирани стопански субјекти. Но, само мал процент од вкупниот број активни мали и средни претпријатија имаат извозни активности. Ова е причината зошто процесот на интернационализација на активностите на МСП е активност која нема алтернатива и опстанокот на националната економија директно зависи од овој процес.

Намалувањето и либерализацијата на тарифните бариери и новата комуникациска технологија значително ја олеснуваат трговијата со прехранбени производи преку границите, така што, денес, трговците на мало се во можност да набавуваат низ целиот свет. Овој процес има или во иднина ќе има сериозни последици врз индустријата за преработка на храна во однос на растечката меѓународна конкуренција, вертикална интеграција и зголемени барања за квалитет. Ова претставува извонредна можност за фирмите за преработка на храна да се снабдуваат на глобално ниво.

Во кондиторската индустрија во Република Северна Македонија регистрирани се над 50 компании, од кои 85% се микро и мали претпријатија. Во последните 5 години овој сектор има раст на производството од 12%. Четири македонски компании: Витаминка, Свислион, Европа и Макпрогрес, остваруваат 95% од кондитерскиот извоз. Во преработувачка индустрија за зеленчук и овошје 44% од компаниите преработуваат само зеленчук, 12% само овошје, а 44% ги преработуваат двата вида. Во оваа индустрија доминираат преработки на **црвена пиперка и вишна**.

Потребата за промоција на извозните можности на македонските компании претставува клучен фактор за раст на економијата на земјата. Според научната студија „Македонски извоз“, потребно е уделот на извозот во БДП да се зголеми од 50 на околу 75 проценти. За да може растот да се движи напред, потребно е да се направат дополнителни подобрувања во трговскиот сектор со цел да се поддржи растот на извозот. Извозот е стратешки одговор на растот на секоја компанија, но и за растот на целокупната економија на една земја. Тој овозможува поголем прилив на девизи во земјата, компаниите стануваат поконкурентни и усогласени со меѓународните стандарди и процедури, што, за возврат, резултира во поголема добивка и можност компаниите да се стремат кон максимално искористување на своите капацитети.

За земјата да развие трговски односи со државите во светот, потребно е компаниите да имаат знаење за начинот на работа на странските пазари. Нетарифните бариери, различните регулативи, дискретниот правен систем, недоволното знаење за критериумите на пазарите каде се извезува, продажните канали, логистиката и условите за испорака, недостаток на вештини за маркетинг и продажба се само дел од предизвиците на компаниите кои беа дел од овој проект.

II. ТЕКОВНА ПОДДРШКА ЗА МСП

Секоја година **Министерството за економија** објавува огласи за поддршка на МСП вклучително и мерки за преработувачката индустрија како дел од годишните Програми за конкурентност, иновации и претприемништво. За повеќе информации прочитајте на <http://www.economy.gov.mk/docs/oglasj>.

Со оваа програма во 2019 година беше уредена намената на средствата за конкурентност, иновации и претприемништво во вкупен износ од 53.180.000,00 денари и тоа:

- 41.280.000,00 денари, обезбедени од Буџетот за 2019 година, - Потпрограма ДГ-Поддршка на развојот на мали и средни претпријатија, ставки 425, 426, 462 и 464, наменети за развој на мали и средни претпријатија;
- 3.700.000,00 денари, обезбедени од Буџетот за 2019 година, - Потпрограма 11 - Индустриска политика, сметка 637, ставки 425 и 462, наменети за имплементација на мерки од индустриската политика 2009-2020;
- 7.000.000,00 денари, обезбедени од Буџетот за 2019 година, - Потпрограма 11 - Индустриска политика, сметка 637, ставка 464, наменети за поддршка и развој на кластерското здружување и
- 1.200.000,00 денари, обезбедени од Буџетот за 2019 година, -Потпрограма 16 - Инвестиции и општествена одговорност, ставка 462 субвенции за приватни претпријатија.

Поддршка на развојот на мали и средни претпријатија

МЕРКА 3. Мерки за поддршка на претпријатијата за зголемување на нивната конкурентност и зголемување на учеството во странски пазари во вкупен износ од 4.500.000,00 денари.

3.1. Надоместување на дел од трошоците на деловните субјекти за сертификација на системи за квалитет според ISO стандарди во вкупен износ од 1.000.000,00 денари. Предмет на мерката е надоместување на дел од трошоците на деловните субјекти за сертификација на системи за квалитет според ISO стандарди и тоа 60% од докажаните трошоци на деловните субјекти, но не повеќе од 100.000,00 денари поединечно за секој деловен субјект - барател на средствата.

3.2. Финансиска поддршка за сертифицирање на ХАЛАЛ систем во вкупен износ од 2.000.000,00 денари.

Предмет на мерката е финансиска поддршка за сертифицирање на ХАЛАЛ систем, и тоа 60% од докажаните трошоци на деловните субјекти, но не повеќе од 200.000,00 денари поединечно за секој деловен субјект - барател на средствата.

3.3. Финансиска поддршка на микро, мали и средни претпријатија за учество на домашни, регионални и меѓународни саеми во вкупен износ од 1.500.000,00 денари. Предмет на мерката е финансиска поддршка за микро, мали и средни претпријатија за учество на домашни, регионални и меѓународни саеми преку кофинансирање на 60% од докажаните трошоци за закуп на штанд и тоа:

- за учество на домашни саеми (60% од докажаните трошоци, но не повеќе од 60.000,00 денари);

- за учество на регионални саеми - во земјите од Западен Балкан (60% од докажаните трошоци, но не повеќе од 90.000,00 денари) и

- за учество на меѓународни саеми (60% од докажаните трошоци, но не повеќе од 120.000,00 денари).

Индустриска политика

МЕРКА 1. Поддршка за зголемување на конкурентноста на деловните субјекти од преработувачка индустрија во вкупен износ од 2.500.000,00 денари преку следните мерки:

1.1 Надоместување на дел од трошоците на деловните субјекти за развој на деловниот субјект, развој на производ и развој на пазар во вкупен износ од 2.500.000,00 денари.

1.1.1 Изработка на техничка документација за нов производ односно за подобрување на постојниот производ и/или изработка на индустриски дизајн /редизајн на производ;

1.1.2 Изработка на идејно решение и/или печатење на: нова амбалажа, етикетирање, лого на производ и промотивни печатени материјали;

1.1.3 Изработка на студии за истражување на пазарот и/или маркетинг стратегија и/или активности за развој на бренд;

1.1.4 Изработка на проекти за енергетска ефикасност и/или воведување на стандард за енергетски менаџмент ISO 50001;

1.1.5 Кофинансирање на дел од трошоци на претпријатијата за обезбедување на сертификат за сообразност на производ;

1.1.6 Кофинансирање на дел од трошоците за соработка меѓу компаниите и универзитетите (користење на лабораториите при универзитетите, истражувачките центри сл.);

1.1.7 Експертска анализа и изработка на техничка-проектна документација или студија за техничка изводливост за: планирани инвестициони проекти, подготовка на претпријатието за зголемување на енергетска ефикасност, воведување на концепт на циркуларна економија (внатрешен систем за управување со отпад и систем за заштита на животна средина, зелена економија и сл.) и

1.1.8 Изработка на проектна документација за поставување на фотонапонски панели за производство на електрична енергија од обновливи извори на енергија.

МЕРКА 2. Кофинансирање за организирање на специјализирани обуки - длабински и детални технолошки обуки за преработувачка индустрија во вкупен износ од 1.200.000,00 денари.

Предмет на мерката е кофинансирање за организирање на обуки и тоа:

2.1. Кофинансирање за организирање на специјализирани обуки - длабински и детални технолошки обуки во следните сектори: автомобилска, текстилна, прехранбена и металопреработувачка индустрија;

2.2. Кофинансирање за организирање на струково специјализирани обуки во кожарската и чевларската индустрија;

2.3. Кофинансирање за организирање на обуки за воведување на концептот на "зазеленување " во повеќе избрани сектори од преработувачката индустрија и

2.4. Кофинансирање за организирање обуки за воведување на концептот на циркуларна економија во преработувачката индустрија.

Индустриска политика - средства наменети за поддршка и развој на кластерското здружување

- развој на бренд стратегија и развој на брендирани производи во рамките на кластерот (географско потекло),
- усовршување на кластерите и нивните членки преку ангажирање консултанти,
- организирање на специјализирани обуки, работилници, семинари за поттикнување и размена на знаење и
- трговски и извозно промотивни активности за кластерите (организација и учество на бизнис настани – саеми, Б2Б средби, трговски и медиумски мисии итн.).

Средствата од Буџетот за 2019 година наменети за реализација на оваа програма, вообичаено ги распоредува Министерството за економија.

Малите и средни претпријатија имаат пристап до **Фондот за иновации и технолошки развој** каде како дел од Планот за економски раст се обезбедуваат кофинансирани грантови за микро претпријатија за следните видови на **инвестициски активности кои придонесуваат за унапредување на извозот:**

- прифаќање и спроведување на европските технички прописи во однос на безбедноста на производите;
- подготовки за стекнување сертификати за квалитет;
- активности за анализа, подготовка, стекнување и заштита на права од индустриска и интелектуална сопственост;
- подготовка и спроведување на активности за подобрување на енергетската ефикасност;
- изработка на елаборати за заштитата на животната средина;
- подготовка и воспоставување на системи за управување со отпадот;
- воведување на информациони системи;
- техничка поддршка од страна на надворешни експерти за подготовка на среднорочни и долгорочни стратешки планови;
- обука за среднорочно планирање на бизнисот (три-годишен бизнис план);
- подготовка на развојни проекти за деловно поврзување и воспоставување на деловна соработка (во период од 3 до 5 години) со странски инвеститори и домашни претпријатија;
- подобрување на организационата структура за задоволување на растот на фирмата;
- специјализирани менаџмент обуки – програми за развој и на способностите на менаџмент тимовите;
- обука за препознавање таленти (идни лидери) и креирање на програми за развој на таленти (идни лидери);
- обука за планирање и контрола на трошоци; и
- набавка или изработка на специфичен софтвер поврзан со подобрување на организациската структура и перформансот или за подобрување на

оперативните процеси кои ќе ја зголемат продуктивноста и/или процесот на планирање.

За повеќе информации може да се информирате на следниов линк:

http://www.fitr.mk/wp-content/uploads/2018/04/2_Pravilnik_za_poddrshka_za_MP.pdf.

Исто така, ФИТР поддржува финансирани грантови за подобрување на иновативноста. Финансиската поддршка преку овој грант се обезбедува за следните видови на **инвестициски активности**:

- разработка на техничко–технолошките аспекти во развој и воведување на нови производи или услуги;
- значително подобрување на постојните производи или услуги;
- изработка на нови модни колекции;
- изработка на индустриски дизајн или редизајнирање на производите;
- изработка на нова амбалажа;
- изработка на маркетинг планови (анализа на пазари, на конкуренцијата, истражување на производите, продажбата и сл.); и
- подобрување на постојните или воведување на нов производен процес.

За повеќе информации може да се информирате на следниов линк:

http://www.fitr.mk/wp-content/uploads/2018/04/3_Pravilnik_za_podobruvanje_na_inovativnosta.pdf

Агенцијата за поддршка на претприемништвото (АППРМ) е државна институција основана со цел спроведување на Владините политики за малите и средни претпријатија и други сродни проекти / програми донесени од страна на Владата за поддршка на претприемништвото, конкурентноста и иновативноста. Агенцијата го поддржува одржливиот економски развој, регионалниот развој и зголемувањето на вработеноста, поддршката на македонските претпријатија за започнување нов бизнис, нивниот раст и развој и постигнување на технолошко ниво за покомпетентен настап на меѓународниот пазар.

Агенцијата, имајќи ја улогата на посредник помеѓу креаторите на политиките и малите и средни претпријатија, одржува блиска партнерска соработка и постојана комуникација со сите институции кои се занимаваат со промоција на претприемништвото и поддршка на МСП: Фондации за поддршка на МСП и претприемништвото (регионални центри за поддршка на МСП ЕСА агенции), ЛЕР центри, Кластери, Претприемачки инкубатори, Приватни консултант, Други субјекти (универзитети, министерства, НВО, стопански комори и други здруженија на мали и средни претпријатија, банки и сл.).

ОПИС НА АКТИВНОСТА	ИЗНОС
Ваучерски систем на советување	900.000,00
Воспоставување на систем на стандардизирани менторски услуги	1.200.000,00
Кофинансирање на регионалниот проект “Алијанса на знаење во еко-иновативно претприемништво за поттик на конкурентноста на МСП	100.000,00
Инфо пулт - проект во соработка со регионалните центри	400.000,00
Претприемачко образование	200.000,00
Организирање на натпревар за бизнис план	250.000,00
Форум на добри практики за стар-ап фирми - примена	250.000,00
Организирање на обуки за локални консултанти	200.000,00
Организирање на обуки за зголемување на конкурентноста на малите и средните претпријатија	200.000,00
Промоција на општествена одговорност и социјално претприемништво	150.000,00
Поддршка за женско претприемништво	150.000,00

За повеќе информации одете на следниов линк

<http://cms.apprm.gov.mk/ContentData/media/107/Programa%20APPRM%202019.pdf>

Агенцијата за странски инвестиции и промоција на извозот во рамки на годишните програми организира настани на саеми во странство и Б2Б средби.

За повеќе информации одете на следниов линк:

<http://investnorthmacedonia.gov.mk/events>

Европска мрежа на претпријатија (Enterprise Europe Network)

Главна мисија на Enterprise Europe Network е да им помогне на малите и средни претпријатија да развијат активности на соработка од областа на бизнисот, технологијата или науката. Преку мрежата се обезбедуваат совети за поддршка на иновативните бизниси и пристап до финансии. Исто така, се овозможува и добивање на информации за можностите за располагање на програмите и финансирање од страна на Европската унија.

Сите услуги се бесплатни и се нудат од страна на секој партнер во конзорциумот како едношалтерски систем на услуги. Тие главно се насочени кон новоформираните и постоечките мали и средни претпријатија, но исто така може да се користат и од страна на поголеми компании, институти за истражување, университети, центри за технологии и бизниси и агенции за развој на иновации.

Доколку извезувате или планирате да инвестирате во странство, оваа Мрежа може да Ве информира за барањата на законодавството на целните пазари, царинските формалности, производите и потрошувачките навики.

Исто така, пружаат информации и совети за Европските стандарди и важечки ознаки (на пример СЕ-ознаката). Овие сертификати се препорака за успешен настап на Европските пазари.

Понатаму можат да побараат одговор и на други прашања со истражување и да ги дознаат сите потребни информации преку мрежата на партнерски институции вклучени во Enterprise Europe Network.

За повеќе информации може да се информирате на следниов линк:



III. РЕГИОНАЛНИ ИНИЦИЈАТИВИ ЗА УНАПРЕДУВАЊЕ НА ИЗВОЗОТ

Основна смерница за поврзување на регионот е креирање на т.н. „мал Шенген“ меѓу земјите од Западен Балкан. Во октомври 2019 година, Република Северна Македонија, Србија и Албанија донесоа заедничка декларација, и ги повикаа и лидерите на останатите балкански земји да им се приклучат со цел градење на поинаков Западен Балкан кој ќе прерасне во подобро место за живеење и значаен фактор за Европската унија, а придобивките како што се: брзи ленти за камионите за елиминирање на застојот на стоки на граничните премини и поминување на границите само со лична карта, се само дел од агендата.

Деловите од Акцискиот план кои се очекува да ја унапредат трговската размена во регионот до 2021 година предвидуваат:

- слободно движење на граѓаните низ земјите во регионот само со лични карти;
- ефикасни гранични премини каде што контролите ќе работат 24/7 и брза трака за најмало можно чекање на камионите кои пренесуваат стоки и производи;
- меѓусебно признавање на сите документи од делот на агенциите за храна и ветеринарство до сите други административни институции кои ги работат документите;

Во процесот на олеснување на протокот на стоки на граничните премини, главните пречки можат да се решат со целосна имплементација на електронски системи кои ќе се креираат и имплементираат во согласност со стандардите на ЕУ. Потребно е да се стави во употреба систем за електронско доставување на документи за извоз/увоз на стоки на ниво на трите земји, со цел да се овозможи следење на сите камиони кои превезуваат стока од територијата на сите страни, насочени кон размена на податоци, навремено најавување на камиони и спроведување на анализа на ризик.

Воведувањето на ваков електронски систем, како и подобрувањето на инфраструктурата на граничните премини, значително ќе го олесни слободното движење на стоки. На пример, во согласност со неодамнешното воспоставување на заедничка гранична контрола помеѓу Србија и Северна Македонија, ќе биде потребно да се воспостави заедничка гранична контрола и помеѓу Албанија и Северна Македонија. Исто така, покрај воведувањето на заедничкиот електронски систем, потребно е итно воспоставување на заеднички фитосанитарни и ветеринарни контроли на терминалот што е издвоен од граничниот премин, за што веќе владините претставници на трите земји се договорија. Полесно е да се преместуваат луѓе (царински инспектори, во овој случај) отколку да се изгради сосема нова инфраструктура. Со овој пристап единствена проверка на границата би бил бар-кодот и брза проверка на печатот на издадените документи.

IV. ПРЕПОРАКИ ЗА КРЕИРАЊЕ ПОЛИТИКИ ЗА ИЗВОЗ

Политиките за унапредување на извозот се успешни, доколку имаат јасно дефинирани приоритети и цели особено во однос на:

- подобрување на домашниот развоен амбиент за потенцијалните извозници (во смисла на инфраструктура, регулатива, пристап до финансии, осигурување и фискални политики);
- поттикнување на стратешка соработка помеѓу приватните и јавните актери како и меѓу домашните производители, извозниците и креаторите на политики;
- подобрување на продуктивноста и технолошкиот развој на домашните стоки, како и обезбедување на стимулации за иновации (како за производот, така и за технологијата за производство);
- олеснување на пристапот до кредит;
- градење на имиџот на земјата на странските пазари (преку маркетинг, обезбедување информации, застапување);
- обезбедување на насочена и прилагодена помош која ќе се потпира на постојано следење и евалуација на постигнатото;
- ставање на монетарната и фискалната политика во служба на подобрување на стимулирачкиот амбиент за извоз;
- стимулирање на институционалниот развој, и институционалните комплементарности.

Креаторите на политиките кои влијаат на извозот треба да ги земат во предвид следниве аспекти и препораки кои се однесуваат на кондиторската и преработувачката индустрија на овошје и зеленчук:

- 1. Зголемување на достапноста на кредити.** Достапност на краткорочни и особено долгорочниот кредити е клучно за извозниците. Ова е одлучувачки фактор за малите и средни претпријатија (МСП), за што кредитните ограничувања се пообврзувачки отколку за големите фирми. Малите и средните претпријатија се најбројни, па затоа подобрувањето на достапноста на кредити во овој домен се неопходни за да се фаворизира раст на извозот.
- 2. Поедноставување на регулативата.** Неопходно е Владата да ја поедностави регулативата поврзана со извозот; долгите административни процедури негативно влијаат на новите извозници.

Во текот на дискусиите во рамките на Проектот посочен беше еден таков пример за неефикасност и долготрајност на процесот на обезбедување на сертификат за нов производ за извоз од Агенцијата за храна и ветеринарство, а кој трае веќе шест месеци.
- 3. Подобрување на собирањето и дисеминацијата на информации за странските пазари.** Акцентот треба да се стави на стандардите и други технички барања наметнати за извоз на пазарите во развиените земји. Сите овие

информации треба да бидат лесно достапни и дисеминирани преку постоечките електронски платформи.

4. **Подобрување на соработката меѓу економските чинители.** Покрај традиционалните инструменти на политиката за извоз, растот на извозот би можел да биде фаворизиран преку подобрување на соработката меѓу извозниците, владините и деловните актери. На пример, денес постои зголемување на свеста за можноста за употреба на извозни конзорциуми со цел да им се помогне на малите и средни претпријатија да пристапат на големите меѓународни пазари (пример Русија).
5. **Комбинирање на краткорочни и долгорочни политики за раст на извозот.** Стимулирањето на извозниот раст бара комбинација на краткорочни и долгорочни политики. Во овој контекст, важно е исто така да се истражи комплементарноста помеѓу политиките за промоција на извозот и другите домашни политики (како на пример оние кои се насочени, кон зајакнување на продуктивноста и технолошката позадина на домашните производи).
6. **Стратешка соработка помеѓу различните нивоа на власта (локално и национално ниво) и приватното се смета за клучен елемент за успех во политиката.** Во суштина, предуслов за успешна политика за промоција на извозот е способноста на домашната власт во однос на креирање на политики, спроведување, извршување и нивното следење. Оттука произлегува дека миксот на политики мора да бидат прилагодени врз основа на можностите на националната власт и домашните агенции.

Вредно е да се спомене дека осетно недостасува информираност на компаниите за програмите и мерките на поддршка кои се случуваат на национално ниво. Неопходно е обезбедување на проток на информации до компаниите на локално ниво, за различните форми на поддршка на извозните активности кои се обезбедуваат од различните чинители во економскиот систем. Тука клучен актер треба да биде локалната самоуправа преку своите канцеларии за локален економски развој.
7. **Институционалната комплементарност и комплементарноста на политиките се најважни.** Домашните политики директно влијаат врз перформансите на извозот и тоа преку сетот на инструменти врз надворешната трговија, или индиректно, преку сетот на мерки со директно влијание врз другите аспекти на економските системи (на пример, монетарна и фискална политика, производство; понатаму контрола на цените, инвестиции, политики на девизен курс). Сите овие мерки на политиката не можат и несмеат да се сметаат изолирано, туку во меѓудејство со економскиот и институционалниот контекст и миксот на политики.
8. **За промоција на извозот придонесува и намалувањето на тарифите за увоз и/или извозните давачки.** Гледано преку ефектите од промовирањето на домашниот извоз, прв фактор што го разгледуваме е намалување на тарифите за увоз и/или давачките за извоз. Намалувањето на тарифите за увоз и/или давачките за извоз, влијае и на владините приходи.

Во комуникација со учесниците беа спомнати неколку примери на нетарифни бариери со кои тие реално се судруваат секојдневно. На пример царината на Република Косово, во последните месеци на 2019 година на извозниците им бара сертификат за потекло за секоја пратка поединечно. Тој документ кај нас го издава Стопанската комора, истиот не чини многу, но претставува дополнителен документ за кој е потребно дополнително време и средства за негово обезбедување.

Во државите во регионот задолжително е обележувањето на амбалажата и составот на локален јазик, додека кај нас увезената стока го нема истиот третман. Често таа завршува со мала налепница која не ги содржи потребните информации за составот на производот. На овој начин, се остава простор за пласман на стока со сомнителен состав и рок на траење, која можеби била вратена од некој друг пазар.

9. Воедно како следен аспект кој мора да се земе во предвид е **намалувањето на природните бариери во трговијата**. Тоа се однесува на политиките кои ги намалуваат нетарифните бариери за трговија преку, на пример, јавните расходи за меѓународната транспортна инфраструктура (пристаништа и аеродроми) и подобрувања во квалитетот и ефикасноста на владината администрација. Ова ги зголемува домашните приноси од извозот, во однос на производството за домашниот пазар, а ефектите врз извозот се исти како оние што произлегуваат од намалување на тарифите за увоз и/или давачките за извоз. Главната разлика е во тоа што повеќето политики кои ги намалуваат нетарифните бариери ги зголемуваат трошоците на владата, додека пониските тарифи за увоз и/или даноците можат да ги зголемат или намалат приходите на државата.
10. **Субвенции за извоз**. Овој фактор го сметаме за неопходен. Субвенциите за извоз можат да имаат различни форми, вклучително и субвенционирани кредити, фискални стимуланти, поддршка за технолошко надградување и/или контрола на квалитетот со цел исполнување на санитарните и/или безбедносните стандарди на производите и слично. Субвенциите понекогаш може да бидат достапни само за фирми што работат во одредено подрачје, како и во зоните за обработка на извозот. Ефектот на субвенциите за извоз е зголемување на домашната релативна цена на извозниот артикл. Ефектите врз извозот се исти како ефектите од намалувањето на тарифите за увоз и/или давачките за извоз. Главната разлика е во тоа што зголемените субвенции за извоз нужно ги зголемуваат државните расходи, додека пониските тарифи за увоз и/или давачките може да ги зголемат или намалат приходите на владата.
11. **Зголемување на извозните и/или увозните квоти**. Конечниот фактор што го сметаме за промотор на домашниот извоз е зголемување на увозот и/или извозните квоти. Ова исто така ја зголемува домашната релативна цена на извозната стока. Под претпоставка дека не постојат обврзувачки квоти помеѓу трговските партнери во земјата, ова исто така ќе го зголеми извозот. Големината на порастот на извозот во овој случај е ограничена со големината на зголемувањето на квотата.

- 12. Зголемување на понудата и/или продуктивноста на факторите на производство што се бараат во извозниот сектор.** Ова може да резултира, на пример, од зголемување на достапноста на земјиштето преку инвестиции за наводнување или зголемување на понудата на соодветно обучена работна сила. Ваквите ефекти може добро да објаснат зголемување на извозот на одредена стока на среднорочно или долгорочно, но со помала веројатност ќе има големи зголемувања на краток рок.
- 13. Иновација во методот на производство на извозниот производ или во природата на самиот производ,** што ги намалува трошоците и/или ја зголемува побарувачката. Ова може да вклучи, на пример, нов метод на култивирање или нов маркетинг канал (на пр. мрежна продажба преку Интернет). Ваквите иновации, пак, може да бидат водени од пошироки промени во основното домашно опкружување кои промовираат иновации и инвестиции, како што е постабилно политичко опкружување.