

Како до поголем извоз?

Дали знаете дека Македонија извезува само 10% од своето земјоделско производство?

Извозот на земјоделски производи изнесува само 6% од вкупниот извоз, иако земјоделството произведува 27% од вкупното производство на разменливи стоки (tradable goods). Очигледно, извозот на земјоделски производи е далеку под можностите. Зошто е тоа така?

Земјоделството (притоа мислиме на зеленчукот и овошјето) и прехранбената индустрија се едни од ретките дејности во кои Македонија има потенцијални конкурентни предности за пробив на европските пазари. Со спогодбата за стабилизација и асоцијација на Македонија ѝ се отвори најголемиот европски пазар за безмалку неограничен пласман на прехранбени производи. Но, по скоро шест месеци не гледаме никакви ефекти од дадената можност и нема ни да видиме уште долго време, освен ако нешто не промениме во нашите сфаќања. Притоа, потребно е да се работи на двете страни, подобрување на понудата и создавање на екстерна побарувачка. Во многу земји во развој каде што некои индустрии (текстилна, чевларска) успеале да се пробијат на странските пазари производството е организирано од посредници и меѓународни компании чија основна дејност повеќе е поврзана со маркетингот, трговијата и организирањето на производен синџир отколку со самото производство. Тоа се таканаречени производни дејности кои се водени од купувачот. Впрочем таков пример постои и во Македонија во текстилната индустрија. Во неа, доминираат неколку трговски компании како на пример Интекс и Јукан кои ја обезбедуваат врската меѓу странската побарувачка и многуте ситни домашни производители.

Нешто слично е потребно во земјоделството и прехранбената индустрија. Малите фармери и малите производители на прехранбени производи не се способни да извезуваат. Ним им е потребна силна дистрибутерска компанија која ќе го организира маркетингот и ќе креира пазар за македонските производи. Истовремено, таа ќе воспостави стандарди на квалитет и пакување кои производителите мора да ги исполнуваат, ќе дава информации за трендот на екстерните пазари, ќе иницира промени во асортиманот на производството и ќе ги едуцира производителите. Значи целта е да се постигне специјализација и секој да си ја врши работата што најдобро ја знае, производителот да произведува, а дистрибутерот да продава.

Па да, некој ќе рече, нас ни е потребна агро берза. Никако. Нас не ни е потребна агро берзата која започна да се формира уште на почетокот на деведесетите и никогаш не заживеа, не ни е потребен ниту аеродром во Струмица. Демек, аеродромот е причината што нам не ни оди извозот на зеленчукот. Нас ни се потребни едноставни решенија. Потребни ни се луѓе кои знаат да ги продадат македонскиот зеленчук и овошје. Како да дојдеме до тоа?

Најбрзо решение е владата да формира акционерско друштво кое сигурно би било интересно за многу приватни инвеститори. Но, ако не е, тогаш на почетокот целиот капитал треба да дојде од буџетот или некоја странска донација. И тоа треба да биде единствената функција која државната власт треба да ја има во еден ваков проект. Тоа не смее да биде уште една компанија во која ќе ставиме тројца директори од мојата партија и двајца од твојата. Компанијата треба да ја водат луѓе кои ја работеле таа работа, луѓе кои знаат, задолжително луѓе од странство. Останатиот персонал ќе бидат млади и надежни македонски граѓани желни за учење кои наместо во белиот свет ќе ја видат својата иднина во родната земја. Впрочем, ваквиот модел веќе успешно се применува од некои проекти на УСАИД и други меѓународни организации.

Во почетниот период дистрибутерот ќе ги таргетира пазарите на бившите ЈУ републики, што ќе значи процес на враќање на македонскиот дел од зелените пазари на овие земји. Во втората фаза, на ред ќе дојдат пазарите на земјите кандидати за членство во ЕУ, каде што стандардите за квалитет и вкусот на потрошувачите сеуште не се толку високи како на пазарот на ЕУ. Во тој период, дистрибутерот интензивно ќе работи на зајакнување на конкуренцијата меѓу македонските фармери и подигнување на квалитетот на производите. Конечно, во третата фаза македонските производи ќе се соочат со острата конкуренција на пазарот на ЕУ.

Користа од еден ваков проект би била видлива во неколку области. Првите ефекти би се почувствувале многу брзо преку благ пораст на извозот и поекономично работење на фармерите. На среден и долг рок ќе дојде до реструктурирање на земјоделството, намалување на невработеноста, континуиран висок раст на земјоделството, раст на извозот и намалување на степенот на сиромаштија. Истовремено, како спореден ефект ќе дојде до формирање на неколку кластери на прехранбената индустрија во најголемите земјоделски региони. И за сето тоа се потребни многу помалку финансиски средства отколку што се трошат за покривање на лошото работење на некои загубари.