

ИНОВАЦИИ ВО ШУМАРСКИОТ СЕКТОР

Со посебен осврт на источните региони од Р. Македонија и
западните региони од Р. Бугарија



Иницијативи за иновативна соработка во
пограничен регион



Проектот е кофинансиран од ЕУ преку програмата Interreg - IPA
CBC Programme Бугарија – Република Македонија
2014TC16I5CB0062014TC16I5CB006

ИНОВАЦИИ ВО ШУМАРСКИОТ СЕКТОР

**Со посебен осврт на источните региони од Р. Македонија и западните
региони од Р. Бугарија**

Автори: Росица Чобанова, Радостина Попова, Даниела Венциславова
Георгиева, Дијана Трајчевска, Здравко Трајанов, Виктор Стојкоски, Љупчо
Коцарев

Издавач: Македонска академија на науките и уметностите и Бугарска академија
на науките

Испринтан од: Винсент Графика

Превод: Мимоза Наумовска

Бесплатно/Не-комерцијално издание

Содржината на оваа публикација е одговорност на Бугарската академија на науките и на Македонската академија на науките и уметностите и тоа не мора да значи дека ги одразува ставовите на Европската унија или Управниот орган на Програмата.

Предговор

Публикацијата “Иновации во шумарскиот сектор: со посебен осврт на источните региони од Р. Македонија и западните региони од Р. Бугарија” е изготвена како дел од активностите на проектот “Иницијативи за иновативна соработка во пограничен регион”, спроведен од страна на Македонската академија на науките и Бугарската академија на науките. Проектот е ко-финансиран од Европската Унија преку програмата Interreg - IPA CBC Programme Бугарија – Република Македонија 2014TC16I5CB0062014TC16I5CB006.

Основната цел на проектот е да ја подобри конкурентноста на регионалните бизниси во североисточниот, источниот и југоисточниот регион од Република Македонија како и Благоевградската и Кустендилската област од Република Бугарија преку развивање на Виртуелна канцеларија и Виртуелна образовна платформа.

Оваа збирка од трудови се надоврзува на целта на проектот преку анализирање на глобалните трендови и предизвици за развојот на шумарскиот сектор. Истотака, во збирката се презентирани и резултатите добиени од анкетата “Определување на иницијативи за иновацииска соработка” кои служат за да се откријат факторите кои се потребни за да се подобри конкурентноста на кадрите во шумарскиот сектор и индустријата на преработка на дрво. Како резултат, трудовите кои се прикажани служат како појдовна основа за зголемување на иновацииските способности во шумарството во источните региони од Р. Македонија и западните региони во Р. Бугарија.

Проектниот тим на
Македонската академија на науки и уметности

Содржина

Дел I. Трендови и предизвици во развојот на шумарскиот сектор... 1

1. Глобални трендови и предизвици во развојот на шумарскиот сектор..... 1
2. Трендови во шумарскиот сектор во Бугарија 11

Дел II. Иновации и компетитивност во шумарскиот сектор во пограничниот регион..... 29

3. Иновации и компетитивност во североисточниот, источниот и југоисточниот регион од Македонија..... 29
4. Жени кои работат во шумарскиот сектор во Македонија..... 57
5. Споредба анализа за Бугарија и Македонија..... 66

Литература..... 99

Дел I. ТРЕНДОВИ И ПРЕДИЗВИЦИ ВО РАЗВОЈОТ НА ШУМАРСКИОТ СЕКТОР

Индустијата основана врз шумарството традиционално била ресурсна и трудоинтензивна индустрија која се карактеризира со соживот на на локалните претпријатија базирани на занаетчиство и претпријатија кои произведуваат големи количини. По кризата, пазарот базиран на глобалното шумарство започнува да расте. Можности во пазарот се развиваат во различни делови на светот, на пазарите во развој, каде расположливиот доход брзо се зголемува и игра важна улога паралелно во големите традиционални пазари. Како што е наведено во Коминикето на Комисијата од 2008 година за иновативни и одржливи индустрии базирани на шумарство во ЕУ, овие индустрии се глобално кокурентни, но моментално се соочуваат со повеќе предизвици. Овие предизвици вклучуваат, помеѓу другите, растечка глобална компетитивност, достапност на енергија и снабдувањето со дрва и улогата на секторот во ограничувањето на климатските промени. Врз основа на анализата на податоците од официјалните извори на Европската комисија, овој труд се обидува да ги идентификува предизвиците кон кои бугарската и македонската политика треба да одговорат во соодветните индустрии од шумарскиот сектор.

1. ГЛОБАЛНИ ТРЕНДОВИ И ПРЕДИЗВИЦИ ВО РАЗВОЈОТ НА ШУМАРСКИОТ СЕКТОР

Пад на производство на мебел

Индустијата за мебел во целина ја има изгубено својата важност во рамки на економијата на ЕУ во последната декада. Бројот на активни претпријатија се анамали од 135,000 во 2003 година до 126,000 во 2011 година и бројот на вработени од околу 1,200,000 во 2003 година на 920,027 во 2011 година. Уделот на производството на мебел во вкупниот производствен сектор е во опсег од 1.4%, намалувајќи се последната деценија..

Покрај тоа, производството на мебел во ЕУ забележа остри контакции за време на кризата, со одредено закрепнување во 2010 и 2011 година и мало враќање на трендот повторно во 2012 година. Како резултат на тоа, вредноста на производството на мебел е речиси иста како што беше пред десет години. Меѓутоа, во рамките на ЕУ, некои земји рапидно растат во однос на вредноста на производството, а други заостануваат поради структурни фактори или како резултат на неодамнешниот економски пад.

Пристапот до суровините од одржлив извор, трошоците и компликациите при набавувањето на дрво во ЕУ, зголемувањата на цените поттикнати од конкурентната побарувачка (на пример, од био-енергетскиот сектор), релативно повисоките трошоци за енергија во ЕУ и покомплексна и построга регулатива влијаат на сите сегменти на синцирот на вредност, вклучувајќи го и секторот за мебел.

Зголемената конкуренција со која се соочуваат светските производители на мебел го привлекоа вниманието на креаторите на политиките кон можното отсуство на еднакви услови на глобално ниво, на штета на производителите на ЕУ. Додека овие размислувања се однесуваат на неколку сектори, тие се уште поважни за оние кои се многу зависни од глобалниот и фрагментиран синцир на вредности.

Реструктурирање на шумарскиот сектор

Претпријатија кои дизајнираат, произведуваат и испорачуваат производи во големи количини (особено, но не само, кај ниски и средни ценовни опсези) се водечки фактори и го искористуваат нивниот голем размер и достапноста на огромни капитални ресурси за да инвестираат во организирање на нивното производство и логистика за да пенетрираат странски пазари.

Од друга страна, поголемите претпријатија сметаат дека е погодно и профитабилно да ги аутсорсираат и фрагментираат нивните активности во повеќе функции што ги спроведуваат различни чинители во различни локации, а малите и средни претпријатија се повеќе зависат на нив за нивниот пристап кон пазарите.

Важноста на малите и средни претпријатија е релативно висока на специфични трговски сегменти, примарно за високо квалитетни, по порачка изработени и дизајнерски продукти. Надминување на потешкотиите поврзани со малите претпријатија беше еден од факторите кои го поттикнаа развојот на кластерски искуства во секторот за мебел. Секторот за мебел во ЕУ е предоминантно направен од мали и средни претпријатија. Околу 85% се микро претпријатија (со помалку од 10 вработени), додека 12% се мали претпријатија (10 до 49 вработени). Средните претпријатија сочинуваат 2%. Бугарското производство на

мебел се уште функционира подобро од други традиционални области на производство. Од друга страна, таа константно се намалува во минатата деценија. Вредноста на производството на мебел во 2012 година беше речиси на исто ниво како пред десет години. Производството на мебел во Бугарија во 2012 година е 266 милион евра, 0% од вкупниот број на ЕУ со 2.6% просечна стапка на раст (2003-2012). Во 2011 година околу 21,000 работници беа вработени во околу 2,200 претпријатија кои припаѓаат во производството на мебел во Бугарија. За последната деценија, бројот на вработени се уште се намалува по 2007 година, кога има 27,352 работници, додека бројот на претпријатија се зголемува и изнесува 2,407 во 2009 година, а потоа повторно се намалува. Во 2011 година, производството на секторот изнесуваше повеќе од 240 милион евра со додадена вредност од речиси 100 милиони евра, додека во 2003 година соодветните индикатори изнесуваат соодветно - 212 и 45. Тенденција на понатамошно фрагментирање се случува во случајот на Бугарија за време на последните десет години кога бројот на претпријатија скоро двојно се зголеми, додека работниците во секторот се зголемени за околу 10%.

Полуготовите дрвени производи го претставуваат горниот сегмент од синџирот на вредност. Во 2010 година, оваа шумска преработувачка индустрија во ЕУ вклучуваше 184,000 претпријатија и вработи 1.05 милион луѓе, односно 0.8% од вкупната нефинансиска вработеност.

Ниско ниво на потрошувачка

Вкупната глобална потрошувачка за мебел порасна од 226 милијарди евра во 2003 година до врв од 281 милијарда евра во 2007 година, пред да се намали како резултат на рецесијата. Растот продолжи во 2010 година.

Бугарскиот пазар за мебел постепено се опоравува и константно се отвора. Потрошувачката по глава на жител е најниска во ЕУ28. Вкупно во 2012 година, потрошувачката во Бугарија (154 милиони евра) сè уште беше под нивото пред кризата (284 милиони евра), додека производството го достигнало тоа (269 милиони евра). Потрошувачката на мебел во 2012 година изнесува 54% од обемот во 2008 година и соодветниот увоз на мебел -59%. За земјите од ЕУ28 тие учествуваат со 84% и 93%. Потрошувачката достигна 347 милијарди евра во 2012 година, многу над нивото пред рецесија.

Во Бугарија не постои јасна тенденција за зголемување на потрошувачката по кризата. Нивото од 286 евра во 2008 година не е постигнато (154 евра во 2012 година). Со други зборови, Бугарија се опоравува побавно од ЕУ28.

Со доаѓањето на интернетот и е-трговија исто така се додаде уште една димензија на разбирањето на потрошувачката. Според податоците на Еуростат, повеќе од четири од десет потрошувачи на ЕУ (44%) купиле стоки и услуги преку

Интернет во изминатата година. Од 2004 година пропорцијата на потрошувачи преку интернет пораснала на 44% од 20%. Купување преку интернет во голема мера останува домашно, односно потрошувачите имаат поголема веројатност да купуваат онлајн од национални продавачи / даватели на услуги (41%) отколку од продавачите лоцирани во други земји на ЕУ (11%). Сепак, е-трговијата е најчестата форма на купување на далечина и постојано расте, бидејќи за првпат беше измерена во 2004 година. Резултатите на ниво на земјата откриваат дека потрошувачите најверојатно ќе купуваат онлајн во Шведска (74%), Велика Британија (73%) и Данска. Најниските нивоа на онлајн шопинг се регистрирани во Романија (5%) и Бугарија (9%). Компаративната предност на Бугарија се однесува на ниските трошоци за труд. Долга традиција во изработката на мебел е уште еден фактор, но дури и ако занаетчиството сè уште игра улога во продуктивниот систем, производството на мебел стана монтажна индустрија и се поважни адекватни и врвни производствени системи.

Клучни фактори кои влијаат врз конкурентноста

Меѓу главните клучни фактори кои влијаат врз конкурентноста во индустриите базирани на шумарство се горниот дел од синџирот на вредност и улогата на суровини и делови, трошоци за работна сила и достапноста на вешта работна сила, од инвестиции во технологија, развој и истражување, иновација и дизајн, релевантни политики кои влијаат врз индустријата.

Горниот дел на синџирот на вредност

Главните фактори кои влијаат врз горниот дел од синџирот на вредност ја вклучуваат достапноста на суровините и квалификуваната работна сила и инвестициите во материјални добра како машинерија и опрема. Нематеријалните инвестиции во иновации и дизајн исто така играат одлучувачка улога. Комбинацијата од овие фактори за производството на предмети по конкурентни цени е уште еден клучен елемент. Тежината на суровините и другите вложувања во производството на вкупната вредност на производството може да се приближи со учеството на вредноста на производството зафатена со вкупните набавки на стоки и услуги. Според статистичките податоци на Еуростат за структурни деловни активности, вкупните набавки на стоки и услуги ја вклучуваат вредноста на сите стоки и услуги купени во текот на пресметковниот период за препродажба или потрошувачка во производствениот процес (со исклучок на капитални добра). Во 2011 година, набавките на стоки и услуги учествуваа со 73% од вкупната вредност на производството во индустријата за мебел на ЕУ28. Особено, уделот

беше поголем во ЕУ13 (81%) отколку во ЕУ15 (72%). Сепак, во периодот 2008-2011 година, во апсолутна вредност, просечните набавки на стоки и услуги по претпријатие беа постојано повисоки во ЕУ15. На пример, во 2011 година за секој 100 евра потрошени од просечен производител на мебел од ЕУ, претпријатието со седиште во ЕУ15 потроши повеќе од 120 евра во наспроти 52 евра потрошени од претпријатија со седиште во ЕУ13. Може да се заклучи дека достапноста на суровини и квалификувана работна сила и инвестирање во материјални добра, како што се машините и опремата во ефективна комбинација со нематеријални средства, се предуслов за одржлива и конкурентна индустрија за мебел.

Структура за трошоци

Подобрувањето на структурата на трошоците на земјата за производство на мебел е уште еден фактор што влијае на конкурентскиот и одржливиот развој на индустријата за мебел. Во 2011 година во Бугарија купувањето на стоки и услуги, вклучително и енергетски производи, изнесува 82,1% во однос на вкупната производна вредност, додека во ЕУ28 тие се 73,3%. Купувањето на енергетски производи е 2,5%, додека во ЕУ е 1,4%. Трошоците за персонал се 11,4% повеќе од вкупната вредност на производството, додека во ЕУ 28 се 23,8%. Платите во Бугарија се 11,3%, додека во ЕУ 28 се 18,7%. Социјалната сигурност во земјата е многу ниска. Таа е најниска во ЕУ. Платите се најниски во ЕУ. Горенаведеното покажа дека Бугарија итно треба да ја подобри структурата на трошоците за производство на мебел.

Бруто оперативна стапка

Бруто оперативната стапка го поврзува бруто оперативниот вишок (додадена вредност намалени за персоналните трошоци) до нивото на прометот, со што се покажува вишокот генериран од оперативните активности по платата на трудот. Земјите од ЕУ13 покажаа повисоки бруто оперативни стапки во споредба со земјите-членки на ЕУ15, делумно како одраз на пониските трошоци за работна сила во ЕУ13. Понатаму, во 2011 година бруто стапката на активност на ЕУ13 се зголеми за 11% во однос на 2008 година, додека во ЕУ15 индикаторот се намали за околу 12%. Очигледно, вреди да се нагласи дека индикаторите за успех за целиот производствен систем на ЕУ значително се разликуваат во земјите, а просечните бројки се резултат на мешани перформанси во Унијата. Во однос на бруто стапката на работа, во 2011 година највисоките нивоа беа забележани во Велика Британија (13,8% и 13,3%), Полска (11,3%), Словачка (10,4%) и Австрија (10%). Со анализирање на трендот во текот на периодот 2008-2011 година, најдобриот изведувач во однос на стапката на раст во ЕУ13 беа Естонија,

Словачка, Латвија и Унгарија. Спротивно на тоа, речиси сите земји од ЕУ15 забележаа намалување на бруто стапките на работа во периодот 2008-2011, со исклучок на Австрија, Данска и Германија. Во Бугарија се намалува од 13,8 во 2008 година на 10,5 во 2011 година.

Достапност на суровини и компоненти

Познато е дека индустријата за мебел е во суштина монтажна индустрија која користи разни суровини како панели од дрво, метал, алуминиум, пластика, ткаенини, кожа и стакло, како и механички и ИКТ компоненти. Сите подсегменти за мебел, со исклучок на душеците, користат влез за дрво или дрвени плочи, што претставува значителен дел од суровините што се користат во производството. Поради оваа причина, акцентот беше ставен на дрво. Во последните три децении, навидум, уделот на европските производители на мебел кои вработуваат дрвени панели значително се зголемија во споредба со оние кои користат цврсто дрво. Две главни причини се идентификувани: намалувањето на цените на дрвените панели во споредба со пиленото дрво и релативната леснотија со која панелите можат да се состават. Овој тренд е дополнително засилен со доаѓањето на РТА, панелите базирани на дрво кои се произведуваат од примарната обработка на сирово дрво. Трите главни категории панели базирани на дрво се струготини, лесонит (главно МДФ) и иверица. Тие во суштина се произведуваат под топлина и притисок со додавање на лепило за лепење влакна, честички или листови. Производството бара многу големи растенија и огромни инвестиции во машинеријата, така што обемот на производители е генерално голем (во споредба со индустријата за мебел), а влезните бариери се високи. Имајќи ја предвид фрагментацијата на секторот во Бугарија, може да се предложи поблиска соработка помеѓу претпријатијата. Тоа значи виртуелна координација на операции, инвестиции, итн. за подобар квалитет и продуктивност во ефективен еколошки одржлив сектор.

Трошоци за труд

Како што споменавме погоре, индустријата за мебел е во суштина монтажна индустрија. Како такви, трошоците за работна сила претставуваат релативно важна компонента на конечната цена на продажбата на мебел. Бидејќи индустријата се базира врз ресурси и висока работна сила, влезните бариери за индустријата за мебел се прилично ниски. Ова им овозможува на новите производители од економиите во развој и транзиција лесно да влезат на

европскиот пазар. Со цел да се задржат пазарните удели, ценовната конкурентност е клучен двигател на успехот. Поради оваа причина, од почетокот на 1990-тите, западноевропските фирми го реструктурираа производствениот процес, инвестираа во нови погони во земјите со ниски плати или ги пренесоа дел од своите активности во тие области. Разликата во платите и платите исплатени во ЕУ15 и во ЕУ13 е јасна. Во просек, трошокот по вработен во ЕУ13 е 25% понизок отколку во ЕУ15. Сепак, постојат големи разлики помеѓу земјите. Всушност, во Европа инциденцата на персоналните трошоци за производство во секторот за производство на мебел е во просек околу 25%, додека во Бугарија е под 15%. Овој факт може да привлече странски инвестиции, но не мора да влијае на позитивната ефективност на структурата на трошоците на земјата во секторот.

Инвестирање во технолошка машинерија

Соодветното производство на машини е широко прифатено како клучен фактор во процесот на производство, бидејќи обезбедува ефикасност и придобивки за продуктивноста. Ова се однесува на сите сегменти од мебел, но особено во случајот на склопување-на лента, кога производството е во големи серии. Стандардизацијата на производството треба да оди рака под рака со минимизирање на трошоците и во овој процес, технологијата (и во производството и логистиката) има одлучувачка улога. Капиталните инвестиции на претпријатијата во постројки и машини исто така влијаат на намалување на отпадот и зголемување на безбедноста. Генерално, материјалните инвестиции во секторот за мебел се однесуваат на автоматизација на производствениот процес. Навистина, повеќе од половина од вкупните инвестиции се за нови машини и опрема. Со цел да се автоматизира производствениот процес, фирмите за мебел обично воведуваат решенија за компјутеризирани решенија (CAM) и машини за компјутеризирана нумеричка контрола (ЦПУ). Во оваа област се направени важни инвестиции од страна на средни и големи претпријатија за да се оптимизира производството, да се создаде синергија помеѓу различни линии или локации на производство и да се постигнат скалести економии. Особено, германските и италијанските производители на мебел од дрво се во првите редови во однос на технологијата за обработка на дрво и се сметаат за светски лидери. Бруто инвестициите на Бугарија во материјални добра според видот во производството на мебел, во 2010 година (милиони евра и процентни вредности за ЕУ28) не се добро избалансирани. Земјиштето се состои од 0,5, постојните згради и објекти - 1,1 изградба и менување на згради - 11,3, машини и опрема - 12,3. Овие материјални добра се 25,2. Уделот на инвестиции во машини и опрема над вкупната инвестиција во материјални добра е 49% многу низок во споредба со ЕУ

28 е 71% (освен Грција, Франција, Ирска и Малта). Извор: Евростат (sbs_na_ind_r2).

Развој и истражување, иновации и дизајн

Конкурентноста на бугарските производители треба да се процени во смисла на нивната способност да ги задоволи барањата на актуелните и идни потрошувачи преку иновации и дизајн. Истражувањата, развојот и иновациите се клучни фактори за одржување на пазарните позиции. Ова е неопходно со промените на потребите на потрошувачите и притисокот на пазарот. Промените на вкусот, новите потреби и воведувањето на иновативни производи се клучни прашања. Сегашниот тренд е поврзан со прилагодување, ергономија и функционалност. Еко-прашања, исто така, стануваат се поважни.

Потребата за дизајн е уште еден фокус за политиката за иновации. Заедно со новите трендови на потрошувачите и трендовите на производителите, глобализацијата на индустријата за мебел и тешкотиите што ги доживеаа бугарските претпријатија во спротивставувањето на цените на азискиот увоз, ја пренесоа функцијата на дизајнот во првите редови.

Бугарските производители сега го сметаат дизајнот како најдобро средство за диференцирање на нивните производи од масовно производство и за стекнување пристап до сегментите на пазарот со високи примања. Дизајнот е навистина широко признат како начин понудувачите на мебел да понудат конкурентна предност која може да ја спротивстави ценовната предност на земјите со ниски плати. Индустрискиот дизајн генерално се толкува како збир од содржината на естетскиот проект на мебелен производ: од функција до формирање, од материјал до боја и завршна обработка, сите се сметаат за реализација на технички дизајн. Дизајни и нови модели во индустријата за мебел се креираат внатрешно, или од надворешни дизајнери и експерти. Надворешните консултанти почесто се вработени од средни и високо брендираны претпријатија. Освен тоа, тие генерално се ангажираат од претпријатија специјализирани за современи стилови, наместо од претпријатија што прават класични и традиционални производи, или претпријатија без одредена специјализација.

Општо земено, придонесот на дизајнерите е најважен во текот на првите фази од создавањето на нов производ.

Покрај дизајнот, иновацијата во материјалите и технологиите е уште еден клучен двигател на конкурентноста. Спротивно на дизајнот, само мал број бугарски претпријатија вршат индустриски истражувачки активности внатрешно, со цел да развијат нови материјали или технологија за мебел. Сепак, важна предност на

бугарската индустрија за мебел е тоа што може да работи тесно со добавувачите на нови материјали и нови технологии. Особено, иновациите во материјалите често се вршат од претпријатија специјализирани за завршна обработка на површината, додека технолошките иновации често се постигнуваат од производителите на компоненти.

Интересна подлога за иновации која потенцијално може да влијае на секторот за мебел во блиска иднина е претставена со наноматеријали и нанотехнологија. Неодамна, заедничкиот проект на Европската федерација на градежни и дрводелци (EFBWW).

Заклучоци

Индустриите базирани на шуми моментално се соочуваат со неколку предизвици. Меѓу нив се зголемува глобалната конкуренција, достапноста на енергија и снабдувањето со дрва и улогата на секторот во ограничувањето на климатските промени. Во соопштението за 2013 година "Нова стратегија за шумите на ЕУ" и придружниот "Скица за индустриите засновани на шуми во ЕУ" (F-BI) се потврдува истрајноста на овие предизвици и нивното влијание врз севкупната конкурентност на ЕУ, F-BI во глобален контекст. Сите сегменти на синџирот на вредност, вклучувајќи го и секторот за мебел, се погодени од пристапот до суровини со одржлив извор, трошоците и компликациите од бербата на дрво во ЕУ, зголемувањето на цените поттикнато од конкурентната побарувачка (на пример, од био-енергетскиот сектор), релативно повисоки трошоци за енергија во ЕУ и покомплексна и строга политичка средина. Некои од овие предизвици, исто така, влијаат врз моделите на потрошувачка. Наспроти ова, степенот на информации што им се достапни на крајните корисници станува релевантен.

Проблемот со политиките најчесто се поврзува со одреден вид пазарен неуспех, односно нецелосни информации, што предизвикува проблем на негативен избор поради следните карактеристики на индустријата за мебел: Повеќето од карактеристиките за квалитет на мебелните производи припаѓаат на категориите искуства и веродостојни атрибути: ова значи дека потрошувачите можеби не секогаш се целосно опремени за целосно да ги инкорпорираат квалитетните карактеристики во одлуките за купување, како и да прават разлика помеѓу производите со висок и низок квалитет. Ова може да генерира проблеми со негативен избор, при што потрошувачите не ја прилагодуваат целосно нивната подготвеност да платат за разликата во квалитетот на производите достапни на пазарот.

Проблемот со негативните селектирања дополнително се влошува со фактот дека трговците со малопродажба кои продаваат мебел со висок и низок квалитет можеби нема да имаат ист поттик како производителите во правењето

квалитетни разлики кристално јасни за потрошувачите. Проблемот е, исто така, влошена од новите тенденции, како што се зголемената конкуренција од земјите кои не се членки на ЕУ, зголемената сензитивност за цената на побарувачката за мебел, генерирани од намалениот расположлив доход, како и порастот на онлајн продавниците за мебел, кои уште повеќе го отежнуваат квалитетот на мебелот и тестирањето во пракса пред купување. Исто така, мора да се потсети дека онлајн интеракцијата помеѓу потрошувачите во принцип може да пополни некои од недостатоците во информациите за квалитетите на искуство (на пр. преку рејтинг на одредени парчиња мебел од страна на други потрошувачи), но не и на квалитетите на кредибилитетот, а и не на сите производи за мебел на пазарот.

2. ТРЕНДОВИ ВО ШУМАРСКИОТ СЕКТОР ВО БУГАРИЈА

Пошумените територии во Бугарија покриваат 4 148 114 ха или 37,4% од територијата на земјата. Од нив 3 774 778 ха или 91% се шуми. Поголемиот дел од шумските територии се во државна сопственост - 74,5% од нивната вкупна површина. Во шумски територии кои не се во државна сопственост се 23,5%, вклучувајќи ги и општините (12%), физичките и правните лица (11%), верските организации (0,5%) и шумите создадени на поранешни земјоделски земји (2%). Нелегалното сечење и ловење се еден од најважните проблеми во врска со заштитата на бугарските шуми. Во периодот 2005-2010 година просечниот годишен раст се зголемува од 14,1 милиони м² до 14,4 милиони м² дрва. Употребата на не-дрвни ресурси како економска активност, извор на приходи, е недоволна. Во значителна мера, особено од шумските територии во сопственост на државата, потенцијалот не се користи. Ова се должи на недостаток на инвентар и реална евалуација на овие ресурси и можностите кои тие ги нудат за диверзификација на приходите во шумарскиот сектор (Национална стратегија за развој на шумарскиот сектор во Бугарија, 2013).

Состојбата на дрвни претпријатија, каде што производствениот процес се реализира под исклучително неповолни услови - ниска продуктивност, стара опрема за производство и транспорт на дрва, ниско ниво на образование и квалификација на работниците, е алармантна.

Шумарската мапа на земјата е значително лошо развиена. Со последните достапни податоци од експертска евалуација на Светската банка во 2003 година, постојат 28 000 км патишта во шумските територии. Од нив, околу 10 000 км се со кршен камен или асфалтна покривка, а околу 18 000 км немаат покривка. Речиси 18 000 километри се во сопственост на Националното претпријатие за шумарство и национални ловочуварски претпријатија. Околу 10 000 км имаат републичка и друга сопственост (Национална стратегија за развој на шумарскиот сектор во Бугарија, 2013 година).

Просечната густина на мапата на шумарството изнесува 7,9 м / ха. Таа е споредлива со онаа во Романија (6,5 м / ха), но е значително пониска од онаа во другите европски земји како Австрија (36 м / ха), Франција (26 м / ха), Германија (45 м / ха) и Швајцарија (40 м / ха).

Во последните 10 години, главно поради финансиски ограничувања, речиси не се изградени нови патишта, а одржувањето и реконструкцијата на постојните се недоволни. Од целата шумарска мапа, 75% не се погодни за движење на дрва со

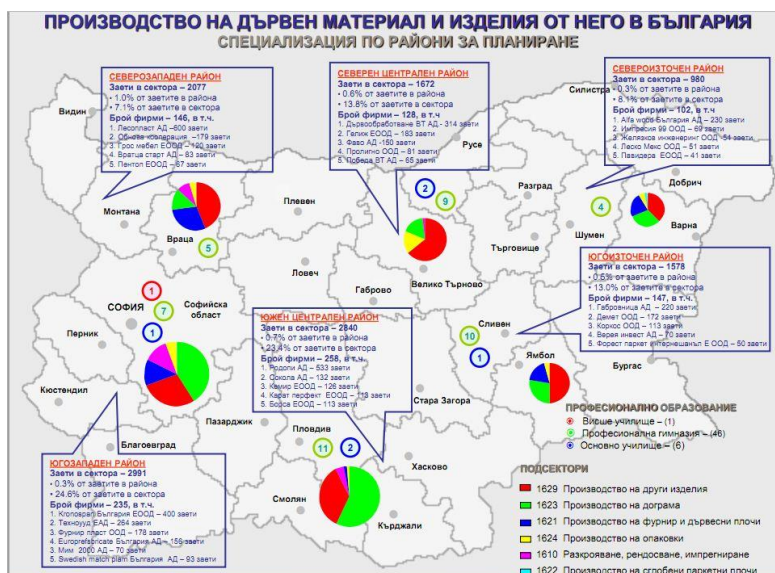
модерни транспортни средства. Како резултат на амортизацијата на патната мрежа на шумите, се зголемува уделот на неупотребувани шумски патишта, или оние што едвај се достапни со опремата во одредени временски периоди. Ова ги продолжува активностите и ги зголемува трошоците во синџирот на снабдување со дрва и ја намалува конкурентноста на шумарскиот сектор. Недоволно развиена шумска инфраструктура и незадоволителна состојба на дел од шумските патишта создаваат премиса за прекумерна употреба на дрва на одредени шумски територии. Покрај тоа, традиционално применетите практики за изградба на шумски патишта заостануваат во споредба со оние што се користат во другите европски земји, чија цел е омекнување на потенцијалните еколошки прекршувања како резултат на проектирање и изградба на шумски патишта (Национална стратегија за развој на шумарскиот сектор во Бугарија, 2013 година).

Главни проблеми на шумарството во Бугарија се: (Национална стратегија за развој на шумарскиот сектор во Бугарија, 2013 година):

- Ниска продуктивност на трудот;
- Тежок пристап до финансирање;
- Недостаток на можности за користење на средствата од структурните фондови на ЕУ за инвестирање во реновирање на опрема за сеча, машини, производствени линии и транспорт на дрвна продукција;
- Недоволна вклученост (поддршка) на банките во инвестициските проекти;
- Низок удел на сертифицирани шумски територии и сертифицирани шумски претприемачи.

Во Бугарија има околу 3000 регистрирани правни лица со предмет на активност, вклучително и активности за сеча, од кои околу 400 имаат постојана таква активност. Повеќето од работниците во овие фирми имаат склучено граѓанско договор. Мали претпријатија за преработка на дрво обично имаат свои тимови за сеча. Состојбата на дрвните фирми е алармантна. Главни причини се исклучително неповолните услови во кои се остварува производствениот процес - ниска продуктивност, стара опрема за сеча и транспорт на дрва, ниско ниво на образование и квалификација на работниците (Национална стратегија за развој на шумарскиот сектор во Бугарија, 2013).

Индустријата за обработка на дрвен мебел во Бугарија (Шумарство) вклучува два потсектори - производство на дрво и производство на мебел. Според податоците на комората на дрвна индустрија за мебел и мебел во Бугарија, во периодот 2008-2015 година бројот на претпријатија во двата подсектори од 4226 достигна 4074, најголем број во 2008 година. во 2008 година и 36 682 во 2015 година (бугарска комора за индустријата за обработка на дрво и мебел (BBCWFI), Национален институт за статистика, 2015).



Водечки трговски партнери на Бугарија се:

- Извоз на мебел – Германија, Чешка Република, Велика Британија, Франција.
- Извоз на дрвен материјал и негови продукти, освен мебел – Грција, Турција, Италија, Франција, Македонија.

Како целина, претпријатијата од шумарската индустрија ја надминаа кризата и се зголеми производството. Секторот може да се оцени како перспективен, имајќи го предвид присуството на доволен суровински ресурс, одржливите внатрешни и надворешни пазарни позиции на произведените производи и нивното значење како извор на приходи и вработување за голем дел од населението во планинските и руралните области.

Територијалната распределба на претпријатијата од индустријата за обработка на дрво и мебел се однесува на планинските подрачја во земјата, каде што се фокусирани главни извори на суровини дрва за шумски површини, резерви на дрва, годишна употреба.

Главните претпријатија за преработка на дрво се наоѓаат во регионите на Балканските планини, Родопи и Рила-Пирин. Во овие области каде што се лоцирани најголем дел од ресурсите на сурово дрво се основаат претпријатијата за примарна обработка (во Тројан, Черни Осам, Тетевен, Твардица, Котел, Сливен, Берковица, Батошево, Глоение, Тича, Дупница, Велинград, Ракитово, Пештера, Батак, Јакоруда, Самоков, Благоевград, Белово, Девин, Чепеларе,

Асеновград). Ниската преносливост на суровите дрва и високите транспортни трошоци се причините поради кои претпријатијата за обработка на примарни дрвја треба да се утврдат токму во овие региони, извори на суровински дрва. Влијанието на овие фактори е исто така причина за нивната ниска мобилност.

Претпријатијата за производство на производ од дрво - мебел, столарија, дрвени монтажни конструкции и куќи се поставени главно во големите потрошувачки центри (во Софија, Пловдив, Стара Загора, Јамбол, Варна, Бургас, Русе, Видин, Трговиште, Плевен, Големо Трново, Шумен итн.).

Производството на суровини и дрвени производи е директно поврзано со производството на мебел - производите на претпријатијата за преработка на дрво се неопходни за производителите на мебел за производство на крајниот производ во индустријата за обработка на дрво и мебел - мебел. Производството на мебел вклучува многу фази и различни односи меѓу добавувачите на суровини и материјали (шумарство), нивото на технологија во секторот, разните видови на машини, опрема и сл., На што зависи крајниот производ - мебел.

Индустријата за мебел е под-сектор на дрво-обработка и мебел индустрија. Таа произведува околу 2,6% од вкупниот БДП на земјата, нешто помалку од 10% од индустрискиот БДП и над 20% од БДП во преработувачката индустрија. Според статистичките податоци, над 97% од фирмите во секторот мебел во Бугарија се мали и средни претпријатија.

Малите и средни претпријатија доминираат. Преработените производи, во зависност од предметот на активност, вклучуваат хотелски мебел, канцелариски мебел, кујнски мебел, врамен мебел, тапациран мебел, маси и столици, тубуларен мебел (бугарска комора на Дрвопреработувачка и мебелна индустрија, Национален институт за статистика, 2012). Турција и Грција се меѓу водечките партнери на Бугарија.

Како целина, бугарското производство на мебел и понатаму функционира подобро од другите традиционални производствени сектори. Од друга страна, таа постојано се намалува во последната деценија и вредноста на производството на мебел во 2012 година е скоро иста како и пред околу 10 години. Производството на мебел во Бугарија во 2012 година изнесува 266 милиони евра, што е 0% од вкупната во ЕУ со 2,6% од просечната стапка на раст (2003-2012). Во 2011 година околу 21.000 работници се ангажирани во околу 2200 фирми, поврзани со производството на мебел во Бугарија. Во последната деценија бројот на вработени се уште се намалува по 2007 година, кога тие се 27 352, а бројот на претпријатија се зголеми на 2407 во 2009 година, а потоа се намали. Во 2011 година производството во секторот изнесува 249 милиони евра со додадена вредност од речиси 100 милиони евра. Од друга страна, во 2003 година почитуваните индикатори се 212 и 45. Тенденцијата за понатамошна фрагментација се случила во Бугарија во последните 10 години, кога бројот на

претпријатија е речиси двојно повеќе, додека работниците во секторот се зголемија речиси 10% (Бугарска комора на Дрвопреработувачка и мебелна индустрија, Национален институт за статистика, 2015).

Употреба на модерни материјали

Суровините и главните материјали се во основа за создавање на материјалната содржина на готовиот производ. Се користат во секторот суровини и главни материјали се кружно дрво, технолошки размножувачи, табли, греди, детали, ЛДФ, МДФ, иверица, фурнир - природни и вештачки, бои, лепила, лакови, итн. Во последните три децении уделот на европските производители на мебел кои користат лепила, значително се зголемија во споредба со оние со цврсто дрво. Причините се пониските цени на лепилата во споредба со цврстото дрво и релативната леснотија на нивната монтажа.

Лесните панели со порозна јадра ја минимизираат содржината на материјалот и штедат транспортни трошоци, а високо-заштитените прекривки ги елиминираат штетните загадувања. Цврстото дрво станува се повеќе популарно, наместо на дрво и ламинати.

Лесни табли со меламинска покривка



Лесно третирано дрво кое овозможува примена во било какви метеоролошки услови



Нови материјали често се користат во комбинација и дополнуваат традиционалниот мебел од дрво. Тие се различни - главни и поддржувачки, дрво и не-дрво, со различни карактеристики и големини. Материјалите од фибер-плочи - ЛДФ, МДФ, нови видови светлосни плочи (бучава-апсорбирачки, од дрвена пена, итн.), Сврзувачка иверица, топлинско дрво, течно дрво, нови видови ламинат, се меѓу современите иновативни материјали во производството на мебел.

Покривањето со CPL (ламинат со континуиран притисок) е силно и практично, но неговата површина е индустриски зајакната, па реагира подобро на можни гребнатинки. Уште посилено и потешко е покривањето со HPL (High Pressure Laminate) - погодно за индустриски објекти. CPL / HPL останува без промена со години, исто како што беше и во моментот на купувањето.

CPL/HPL



Класификација на материјалите што се користат во индустријата за обработка на дрво и мебел вклучуваат:

- Дрво и материјали со кои се соочуваат - дрво (импрегнирани), плочки, греди, итн;
- Детали и полупроизводи дрвени материјали - дрвени облоги, дрвен под, итн;
- Материјали од минерално потекло - технички камен, минерални плочи итн;
- Материјали од одборот - ЛДФ, МДФ, сјајни табли;
- Материјали за поврзување - сврзувачка иверица, камени фурнири, ламинати, рабови;
- Материјали за заштита на дрвото - лакови (ладење одложување на горење), бои од боја, хемикалии;
- Материјали за тапацирање на мебел - кожа, текстил, ткаенини, рамки под душек;
- Мебел соочен, со кои се соочува за врати и прозорци;
- Брави и системи за заклучување;
- Лепила

Во зависност од употребените сировини и материјали, мебелот е од: дрво, шеќерна трска, врба, бамбус или слични материјали, метал, пластика, камен, стакло, комбинација на материјали. Бамбусот е материјал кој активно се користи во модерен стил на мебел и во мебел со еко дизајн. Успешно е комбиниран со полистирен и алуминиум, кој може да се рециклира. Во исто време,

разновидноста на бои, навлаки од боја и текстил најмногу придонесува за атрактивноста на мебелот. Не-дрвените материјали од стакло, метал, ткаенина, кожа, ткаенина со метални влакна, 3D ткаенини, минерално потекло и комбинирани материјали, се развиваат силно и стануваат сè повеќе и значителен дел од производството на мебел. Заштитно-декоративните покривки и сите видови материјали имаат се повеќе и повеќе еколошка ориентација, чија цел е намалување на штетното влијание и минимизирање на отпадот.

Производството на мебел вклучува монтажа и користење на различни материјали, како што се лепило, метал, алуминиум, пластика, ткаенина, кожа и стакло, како и механички и ИКТ компоненти. Сите производи за мебел, освен производство на душеци, на влезот користат фибробороди, што е значителен дел од материјалите што се користат во производството на мебел. Во последните три децении уделот на европските производители на мебел што користат лепило е значително зголемен во споредба со оние со цврсто дрво. Причините се пониските цени на лепилата во споредба со цврстото дрво и релативната леснотија на нивната монтажа. Оваа тенденција се зголемува уште повеќе со употребата на RTA лепила, направени во примарната обработка на сирово дрво. Трите главни видови на лепила се одбори од дрвени фрагменти, одбори од лепило (главно МДФ) и иверица. Производството бара големи инвестиции во машини и инсталации, што е во голем обем (во споредба со производството на мебел), како и високи бариери за влез на пазарот.

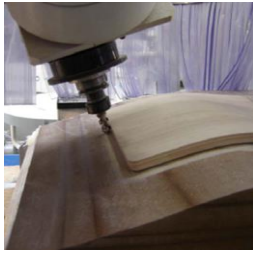
Употреба на машини и опрема во согласност со видот на производниот процес

Машините и опремата се важен дел од секое претпријатие - ефективната обработка, чување и складирање на материјали се подеднакво значајни за ефективноста на производствениот процес.

*Компјутерски контролирани вежби за дупчење
дупки...*



Машини со 5 оски



Има голем избор на машини во зависност од спецификите и видот на производниот процес. На претпријатијата денес им требаат машини, кои ефикасно произведуваат одреден дискретен дел, а потоа автоматски ја менуваат конфигурацијата за друг дел за неколку секунди.



Се повеќе и повеќе европски фирми користат етикети на материјали кои содржат кодирани информации, што ја насочува обработката на следните машини. Баркодот содржи информации за точниот материјал и го информира операторот, а обратниот транспортер овозможува етикетирање од страна на едно лице.



Секторот мебел во ЕУ (ЕУ-28) регистрира 2698 милиони евра материјални инвестиции во 2010 година. Во најголема мера материјалните вложувања се за автоматизација на производствениот процес. Всушност, повеќе од половина од сите инвестиции се во нови машини и опрема. Овие се претежно CAD / CAM системи. Германските и италијанските производители на мебел се лидери во инвестирањето во машини и технологија. Структурата на материјалните вложувања во Бугарија за производство на мебел во 2010 година вклучува: постојни згради и објекти - 1,1%, реконструкција на згради - 11,3%, машини и опрема - 12,3%. Учеството на материјалните вложувања во вкупните инвестиции изнесува 25,2%. Учеството на инвестициите во машини и опрема во вкупните инвестиции во материјалните средства е 49%, многу пониско отколку во ЕУ-28 (71%), освен Грција, Франција, Ирска и Малта.

Употреба на ИКТ

Информациските системи, кои се важни за производството во индустријата за обработка на дрво и мебел, главно вклучуваат: систем на купувачи, со кој се обезбедува точната количина на точните материјали; производствен систем, кој овозможува ефикасен инженеринг на производ; систем за мерење, обезбедувајќи ги менаџерите и работниците во критичните параметри, кои покажуваат како работат претпријатието и неговите одделни елементи за поставените цели (избалансирана работна мапа).

Иновациите во оваа област бараат промени во организацијата и работните процеси. Е-бизнис апликациите се користат за поддршка на донесување одлуки и поттикнување и подобрување на вештините во врска со организацијата на работните процеси и процедури и примената на иновативните технологии.

Квалитетот во врска со ИКТ инфраструктурата е добар. Европските претпријатија за мебел се прилично активни во користењето на интернет - 64% од нив користат интернет или други компјутерски системи. Уделот се зголемува на 76% во големите фирми, но исто така е висок и кај МСП (50%). Водечките претпријатија

за мебел во користењето на интернет се Франција (81%), Полска (75%), Велика Британија и Германија (66%) (Европската комисија, 2009).

Дизајнот на нови производи е комплициран процес, чија цел е создавање на удобност, естетика и стабилност во исто време. Производителите се соочуваат со многу предизвици во дизајнирањето и моделирањето на нови производи - тие се соочуваат со тешкотии во размената на информации со продавници и деловни партнери во синџирот на испорака и продажба. Прашањата во врска со стабилноста и зелениот дизајн се претвораат во многу важен дел од производствениот процес. Дизајнот е клучен елемент со зголемено значење за производителите и додавање вредност на потрошувачите. Во исто време, треба да има одговорно користење на ресурсите и материјалите и ова наметнува комбинација на барања и креативно толкување на современите естетски концепти и методи на производство. Заедничката европска тенденција е да се зголеми употребата на сировини од обновливи извори, како и можноста за рециклирање.

Употребата на интегрирана ИКТ, поддржана од модули за дизајн на мебел, исто така е конкурентна предност во секторот, каде што повеќето дизајнери се ориентираат кон естетски иновации, а не толку на технолошките иновации. Во оваа смисла, употребата на ИКТ во производството и испораката, како и во продажбата, е клучен фактор за зголемување на конкурентноста на претпријатијата за мебел.

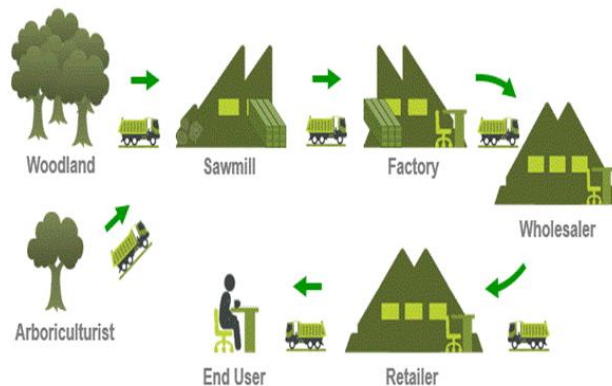
Компјутерски потпомогната дизајн (CAD) и компјутерски потпомогната продукција (CAM) се двата најчесто користени компјутерски инструменти. CAD / CAM се системи кои користат компјутерски базирани податоци за дизајнирање делови, детали и системи, извршување на сложени структурни и проектни анализи, директно програмирање на извршување на деталите. Постои софтвер за квалификувани специјалисти, што овозможува димензионирање, позиционирање и правење 3D декорации и текстури на проектите, за производство на атрактивен мебел.

Компјутерски помагала за производство (CAM) системи поддржуваат автоматизација на производствената единица и вклучуваат инструменти за контрола и роботика во реално време. Повеќето CAD системи користат CAD планови за производство на машински код, неопходен за производство на физички компоненти, изведени во илустрации. Ваквите системи се нарекуваат CAD / CAM и се многу популарни во индустријата за мебел. Кога се интегрирани со CAE, тие стануваат CAD / CAM / CAE системи. CAE се компјутерски системи, кои ги анализираат проектите на инженерите. Иновативноста во користењето на CAE софтверот е во олеснување на комуникацијата и можност за професионалци да одржуваат две гледни точки истовремено. CAD / CAM води кон создавање на ЦПУ, параметарско дизајнирање, 3D моделирање. Индустриски дизајн со помош

на компјутер (CAID) е под-поделба на CAD, која вклучува софтвер кој директно го поддржува развојот на проектот.

Менаџирање на синџирот на снабдување

Класичната шема на синџирот на испорака во шумарската индустрија вклучува: сеча - преработка на дрво - производство на мебел - големопродажба - малопродажба - потрошувачи.



Потребите на потрошувачите постојано се менуваат и се зголемува конкурентноста со евтината стока. Поставувањето на брендот и одржувањето на уделот на пазарот зависи повеќе од кога и да е за потребите на клиентот и обезбедување на саканите производи и услуги. Ефективноста на процесите на складирање и логистиката ги зголемуваат барањата на информативните системи за обезбедување функционалност и флексибилност неопходни за задоволување на потребите на потрошувачите. Ова води кон потребата на клиентите во врска со условите за испорака. Ланецот на испорака е сложен и вклучува неколку одделни активности, кои во многу земји на ЕУ се организирани во интегрирани производствени мрежи. Околу 21% од европските МСП за мебел, сепак, користат ERP. Големите претпријатија значително повеќе ги користат таквите системи (71%). SCM е концепт, кој ако се применува правилно, доведува до брзина, квалитет, флексибилност и цена. Сепак, само 20% од европските МСП во индустријата за обработка на текстил и мебел го имплементираа SCM во нивната активност (Европска комисија, 2009).

Електронски бизнис и трговија

Каналите за дистрибуција и продажба најчесто се независни од производството, иако во последните години се зголемува учеството на директната продажба преку сопствена мрежа. Обично дистрибуцијата се врши на национално ниво, освен за некои дизајнерски фирми и производители на мебел од висока класа и нарачки - и ИКЕА, се разбира. Европските дистрибутивни канали за мебел вклучуваат независни трговци на мало, големопродажба, неспецијализирани продавници, нарачки преку e-mail, DIY ("Do it yourself"- направи сам) итн.

Во маркетингот и продажбата, софтверските производи развиени за индустријата за мебел им овозможуваат на трговците на мало да управуваат и контролираат географски дисперзирани објекти од централната станица. Опсегот на производи и ценовната стратегија може да се креираат и одржуваат во земјата и регионот од централната канцеларија. Инвестициите на производителите на мебел во ЕУ се направени главно во планирањето на производството, управувањето со достапноста на складиштата и намалувањето на резервите, а не во нивната интеграција со дистрибутивната мрежа.

Заедно со интеграцијата на горенаведените инструменти за управување во претпријатието, на фирмите им се потребни софтверски инструменти на местото на продажба. Производителите користат автоматски инструменти за конфигурирање на производи и цени и визуелизација на производите со динамичен графикон. Виртуелната реалност е компјутерска симулација, која користи 3D график и уреди за обезбедување на интерактивен поглед на потрошувачите и ова сугерира визуелни решенија и нивна кореспонденција на други предмети и додатоци.

Некои од главните тешкотии и предизвици за европските производители од индустријата за обработка на дрво и мебел во користењето на електронската трговија се: нечувствителност кон иновации, внатрешни и надворешни за претпријатието; високи трошоци за ИКТ решенија; недостаток на технички квалификувани човечки ресурси итн. Улогата на интернет и електронската трговија се зголемува во потрошувачката на мебел. Според податоците на Еуростат, повеќе од четири од секои десет потрошувачи во ЕУ (44%) купиле стоки и услуги на интернет. Во последните години уделот на интернет купувачи се зголеми од 20% на 44%. Онлајн набавките остануваат во голема мера внатрешни, односно потрошувачите повеќе се наклонети да купуваат онлајн од национални трговци / добавувачи (41%) отколку од продавачи во други земји на ЕУ (11%). Потрошувачите се посклони да купуваат онлајн од Шведска (74%), Велика Британија (73%) и Данска. Најниско ниво на онлајн купување се за Романија (5%) и Бугарија (9%) (Еуростат, 2015).

Истражување, развој, иновации и дизајн

Истражувањата и развојот, и иновациите се клучни фактори за одржување на пазарните позиции. Ова се должи на променливите барања на потрошувачите и конкурентскиот притисок. Менувањето на вкусот, новите потреби и воведувањето на иновативни производи се клучни фактори за креирање на иновации. Тенденцијата се однесува на персонализацијата, ергономијата и функционалноста. Еко проблемите, исто така, стануваат се повеќе и повеќе значајни за потрошувачите.

Дизајнот е уште еден важен фокус во областа на иновациите. Со новите барања на потрошувачите, глобализацијата на индустријата за мебел и тешкотиите на бугарските фирми кои се натпреваруваат со цените на азиските производители, дизајнот станува позначаен. Бугарските производители денес сметаат дека дизајнот е најдобро средство за диференцирање на нивните производи од масовното производство и за влегување во нови пазарни сегменти. Дизајнот е конкурентна предност, што е особено значајно за земјите со ниски плати. Индустрискиот дизајн се однесува на материјал, боја и покривка. Дизајнот на нови модели во индустријата за мебел го прават дизајнерите на фирмата или надворешните дизајнери и експерти. Интернетите консултантите почесто се користат од средни и големи претпријатија. Исто така, тие обично се ангажираат од фирми специјализирани за модерни и современи стилови, а не од фирми што произведуваат производи во класичен и традиционален стил, или фирми без конкретна специјализација. Придонесот на дизајнерите е најважен во првите фази на производство на нов производ (Chobanova, 2015).

Освен дизајнот, иновациите во материјалите и технологиите се уште еден главен двигател на конкурентноста. Неколку бугарски фирми имаат иновативни активности за развој на нови материјали или технологии за мебел. Поконкретно, иновациите во материјалите често се прават од фирми специјализирани за обработка на површини, додека технолошките иновации често се прават од производители на компоненти. Интересни видови на иновации, кои можат да се однесуваат на секторот за мебел во блиска иднина, се однесуваат на нано-материјали и нано-технологии.

Во заедничкиот проект на Европската федерација за градење и дрводелство (EFBWW), Европската федерација на производители на мебел (UEA) и Европската конфедерација на мебелни индустрии (EFIC) ги наведуваат перспективите на наноматериите во европскиот мебелен сектор. Употребата на нано-материјали во производите за мебел се уште е во рана фаза на развој, бидејќи нивните трошоци се доста високи. Најголем дел од апликациите на нано-

материјалите може да се најдат во подрачјата на прекривки, на пример, заштитни покривки кои се загреваат, лесно да се чистат и да се заштитат од вода, UV-заштитни прекривки и самоочистни прекривки. Во оваа фаза, учеството на персоналот за истражување и развој во вкупниот број вработени во секторот за производство на мебел во Бугарија е исклучително ниско - ова може да биде пречка за одговарање на новите предизвици (Chobanova, 2015).

Иновациите во процесите се уште една важна конкурентна предност за производителите на мебел. Според извештајот на CSIL (2013), најдобрите европски производители инвестираат во модернизација и автоматизација на производните процеси преку нови инженерски решенија. Тие, исто така, воведуваат нови методи на производство, што дава можност за заштеда на енергија. Типичен пример е кога производството на мебел е опремено со системи за рециклирање на отпадот од дрво, кој се користи како гориво во производството. Енергијата се користи директно без дополнителни трошоци за транспорт (Еуростат, 2014).

Проблеми на Благоевградскиот и Кустендилските региони

Регионите Благоевград и Кустендил се дел од југозападниот плански регион (ЈПР) во Бугарија. Тие покриваат 462 општини, 452 973 населени места и население од 452 973 лица. Во ЈПР доминира производството на мебел за канцеларии и продавници, а најмал дел има и производството на кревети со федери и душеци.

Анализата на состојбата и проблемите на регионите се одвива во однос на демографскиот развој, невработеноста, сиромаштијата, БДП, соработката и ИКТ, конкурентноста и иновациите, шумарството (Програма за прекугранична соработка 2014-2020).

Демографскиот развој на двата региони е наведен со мала густина на население, намалување на стапката на раѓање и стареење. Во периодот 2007-2012 година населението е намалено во Кустендил (-10,98%) и е исклучително намалено во општините Треклиано (-43,74%), Невестино (-26,8%), Рила (-24,17%), Кочериново (-21,1%), и неколку други.

Невработеноста е 10,4% во Благоевград. Проблемите што треба да се решат се однесуваат на значително повисоките нивоа на невработеност во руралните средини во споредба со центрите во градот (поради ниската економска активност, нискообразованата работна сила) и високата невработеност на младите, што претставува сериозен проблем на национално ниво и во двете земји со силна негативна тенденција во бугарските региони. Невработеноста меѓу младите, особено оние со високо образование, е алармантна, бидејќи тоа е

главната причина за емиграцијата. Ова ја влошува веќе неповолната демографска состојба во регионот. Мотивирањето млади и квалификувани специјалисти и научници да останат / преселуваат на работа во регионот е проблем, имајќи го предвид недостигот на можности за развој на кариерата.

Нивото на сиромаштија има негативни трендови. За разлика од овие стапки на сиромаштија, областа Благоевград води во земјата со најнизок процент на луѓе кои живеат под границата на сиромаштија (12,4% во 2011 година во споредба со 21,2% во Бугарија).

БДП по глава на жител во периодот 2007-2011 година како целина се зголемува - во округот Кустендил е 5%, но останува под просекот за земјата. Надворешните инвестиции во регионот се доста ограничени, што го попречува ефективниот и одржливиот развој на локалните фирми (Бугарскиот национален статистички институт, 2012, Државната статистика на Република Македонија, 2012).

Главните области на индустриската активност се производство на облека и чевли, храна, фармацевтска и машинска индустрија, електроника, производство на електрична енергија и рударска индустрија. Проблемите на секторот се поврзани со губење на конкурентноста поради континуираниот процес на реструктуирање, губење на традиционалните пазари, недостаток на модерни технологии, ниска ефикасност на ресурсите, недостаток на менаџерски вештини и технички персонал и ниски инвестиции и истражување и развој.

Сервисниот сектор во регионите се зголемува побрзо од тенденциите на национално ниво. Туризмот, иако со стабилен раст и добро развиен во некои области, сè уште има скромно учество во БДП.

Активностите за истражување и развој не се меѓу главните силни страни на регионите. Како целина, способноста за иновации и активности за истражување и развој на национално ниво останува на ниско ниво во споредба со ЕУ-27. Постојат ограничени можности (финансиски, човечки, менаџмент) и многу низок потенцијал за иновации на постоечките претпријатија да применат нови технологии, имајќи го предвид претежно меѓународниот карактер на применетите студии. Многу од постојните претпријатија имаат ниско ниво на технолошки развој и ограничен потенцијал за применети студии. Тие пропуштаат знаење и квалификуван персонал за да можат да постигнат иновативен раст. Нема доволно динамични внатрешни мотори за ИиР активност, што ќе го зголеми потенцијалот за иновации во регионот.

Регионите не успеваат целосно да ги искористат придобивките од близината на главниот град, каде што е фокусиран националниот потенцијал за истражување и развој. Исто така, тие немаат корист од трансферот на иновативни практики и технологии од странските инвеститори. Јавните организации или непрофитните организации можат да играат важна улога во областа на применети студии,

иновации и трансфер на технологии, но тие не се особено активни во оваа смисла.

Во регионите постојат кластерски иницијативи, кои може да се сметаат за одлична појдовна точка за координација на институционално ниво и за воспоставување слични прекугранични мрежи на претпријатија.

Ситуацијата во врска со поврзаноста и користењето на ИКТ е значително добра, но има и некои регионални нееднакости. Според податоците на Еуростат, учеството на домаќинствата што користат интернет во ЕУ-27 во 2012 година е 76%, во споредба со 51% во Бугарија. Употребата на ИКТ во планинските и оддалечените региони е доста ограничена.

Конкурентноста на регионите се формира врз основа на ниските трошоци за главните фактори - работна сила и природни ресурси, а не иновации, образование и квалификација, трансфер на технологии, активност за истражување и развој. Во последните години економиите на регионите на Кустендил и Благоевград ги одржуваат своите високи специјализации во секторите и активностите, кои бараат значително ниска квалификација и технологии. Ова ја одредува и природата на регионалниот извоз, кој главно се состои од производи со ниска додадена вредност.

Ниската продуктивност и ефикасноста на ресурсите на локалните МСП е проблем што ја попречува нивната способност да управува со конкуренцијата со соседните земји и земјите од ЕУ. Тежок пристап до финансиски ресурси е пречка за малите и средните претпријатија успешно да се развиваат и да се натпреваруваат со нивните европски конкуренти. Постои потреба за зголемување на пристапот на МСП до меѓународните пазари.

Сечата е типична за организациите во близина на шумските области. Шумската активност има значаен потенцијал за регионот врз основа на постоечките природни ресурси, сечата е главно на меко дрво. Сепак, нејзиниот удел е скромно и далеку од можните приходи. Резултатите можат да се подобрат преку мерки и соработка за ефективно и одржливо користење на шумите во регионите. Југозападното државно претпријатие во Благоевград управува со државните шумски територии во 7 административни области - Благоевград, Кустендил, град Софија, област Софија, Пазарџик, Перник и Ловечка. Се состои од 38 територијални претпријатија, од кои 35 се државни шумски претпријатија и 5 се државни ловечки претпријатија. Вкупната површина на шумските територии вклучени во Југозападното државно претпријатие е 934 968 ха, од кои 686 310 ха се државни шумски територии (73,4%). Тоа е исклучително богат природен ресурс, кој го одредува и големиот обем на активности во шумите (<http://www.uzdp.bg>).

Во однос на обработката на дрво, доминира производството на столарија, плочи и други производи. Производството на амбалажа од дрво има најмало учество.

Најголемите фирми за обработка на дрво се: "Технолуд" - Разлог, "Фурнир Пласт" - Благоевград. "Пиринска Мура" - Банско е една од најголемите фирми за мебел. Необработеното дрво често се купува од други региони. Материјалите за производство на мебел се главно различни видови одбори - ЛДФ, МДФ и др. Бугарските мебелни фирми ги купуваат од "Кастамону" - Казанлак и "Кроноспан" - Бургас, двете големи претпријатија за преработка на дрво во земјата, кои се наоѓаат и во други географски региони, како и странските производители. Спроведена дискусија со претставници на филијалата за мебел во 2016 година покажува дека главните групи проблеми во индустријата за обработка на дрво и мебел се:

- Недоволни вештини за управување во секторот;
- Недоволни информации за можностите за бизнис од страна на секторите;
- Губење на традиционалните пазари;
- Соработка со научни институти, односи со европските мрежи;
- Недостаток на информации за постапките за купување или регистрација на патенти и други форми на заштита на интелектуалната сопственост;
- Недостаток на информации за стандарди;
- Потешкотии во развојот на кариерата на жените кои работат во овој сектор;
- Непривлечноста на работата и работните услови во секторот;
- Ниско плаќање во секторот.

Меѓу препораките на бизнисот до BBCWFI и институциите се зголемувањето на информативноста и намалувањето на проблемите со комуникациите на фирмите, особено оние во далечните области на земјата.

Меѓу сугестиите на учесниците е создавањето на дигитална платформа за потребите на фирмите во секторот, со што ќе се зголеми информативноста на иновациите во секторот, можностите за учество во различни европски асоцијации и мрежи, програми и проекти од ЕУ, итн.

Зголемувањето на конкурентноста на претпријатијата во регионите Благоевград и Кустендил може да се случи преку намалување на транспортните трошоци и ефикасно користење на суровините, како и преку соработка помеѓу претпријатијата и примена на патенти за производство во регионите. Вкупно, концентрацијата на фирми во одредена област може да создаде мрежа, чие функционирање зависи од ефикасното управување со испораките.

Дел II. ИНОВАЦИИ И КОМПЕТИТИВНОСТ ВО ШУМАРСКИОТ СЕКТОР ВО ПОГРАНИЧНИОТ РЕГИОН

Вториот дел од оваа книга ги презентира резултатите од истражувањето за шумарските претпријатија спроведено од Македонската академија на науки и уметности. Истотака во овој дел има и споредба на добиените резултати со резултати добиени преку спроведување на истиот прашалник во Бугарија од страна на Бугарската академија на науки.

3. ИНОВАЦИИ И КОМПЕТИТИВНОСТ ВО СЕВЕРОИСТОЧНИОТ, ИСТОЧНИОТ И ЈУГОИСТОЧНИОТ РЕГИОН ОД МАКЕДОНИЈА

Проектот „Иновативни иницијативи за соработка во прекуграничниот регион“ произлегува од ИПА програмата за меѓу граничната соработка на Република Македонија и Република Бугарија (2014-2020), кофинансиран од Европската унија.

Проектот предвидува повеќе активности во различни фази од реализацијата на истиот. Една од тие активности е спроведување на теренската анкета под наслов „Определување на иницијатива за иновациска соработка – во Благоевската и Кустендилската област од Бугарија и Североисточниот, Источниот и Југоисточниот планов регион на Македонија“.

Целта на спроведената анкета е да се промовира конкурентноста и прекуграничната соработка преку одредување на:

- а) иницијативи за иновативна соработка меѓу претпријатијата во шумарството на Благоевградската и Кустендилската област во Бугарија со Североисточниот, Источниот и Југоисточниот плански регион на Македонија
- б) бариери и можности за нивно надминување
- в) идеи за зголемување на продуктивноста, економскиот раст и инвестициите во регионот.

Со цел правилно спроведување на анкетата од Македонска страна, најправо се пристапи кон анализа на состојбите во секторот шумарство и дрвна индустрија.

Добиените резултати укажуваат дека шумите во истражуваните региони на Република Македонија се доминантно во државна сопственост и тоа околу 90% од површината додека останатата површина од 10% се шуми во приватна сопственост. Слична зависност имаме и во однос на дрвната маса која ја имаме во државните шуми во однос на приватните шуми.

Државните шуми во Република Македонија се стопанисувани од страна на ЈП Македонски шуми. Сите стручни работи во државните шуми ги извршуваат вработените во оваа претпријатие. Погolem дел на работите од производството се даваат на специјализирани приватни фирми (контрактори) со кој се склучува договор за извршување на работа по претходно спроведени јавени тендери. Работите се даваат поединечно по следниве фази: сеча, дотур и транспорт на дрвни сортименти во рамки на едно сечиште односно еден пододдел.

Помали количини од дрвната маса се дава како дрво на корен, со цел снабдување на локалното населени со дрво за огрев.

Приватните стопанственици на шуми своето право за производство и промет со дрвни сортименти го остваруваат согласно законот за шуми. Во него е предвидено методологијата и начинот на користење на шумите во приватна сопственост. Приватните сопственици своето право за производство може да го искористат преку: посебни планови за стопанисување со шумите (над 30 ха), програма за стопанисување со шумите (за шуми со помала површина) и годишно користење во приватни шуми во кој се работи според пропишани критериуми за сеча во приватни шуми и контрола од ЈП Македонски шуми.

Дрвната индустрија во Република Македонија најчесто со суровина се снабдува од домашните добавувачи (доминантно ЈП Македонски шуми).

Обработката на дрвните сортименти се извршува во пилани во следните фази: примарна преработка, секундарна преработка и финална преработка. Во нашата пракса се произведуваат производи во сите три фази со цел задоволување на дел од домашните потреби додека еден дел од производите завршуваат на странските пазари. Производите од примарна и секундарно производство се изработуваат во согласност со стандарди за квалитет или по спецификација од нарачките. Најголема експанзија во секторот има во делот на обработка на готови композитни материјали и изработка на мебел и ентериер.

Многу битни фактори во производството на финални производи се: квалитетот, дизајнот и маркетингот на производот, дејности во кој Македонските фирми имаат многу големо поле за работа и напредување.

Согледувајќи ја оваа структура на поставеност на фирмите во секторот шумарство и дрвна индустрија се пристапи кон реализација на анкетата, притоа

водејќи сметка за опфат на различни субјекти со различна структура од сите фази на производство

Регион на истражување

Во проектот се дефинирани областите односно регионите кои се предмет на меѓу граничната соработка помеѓу Република Бугарија и Република Македонија. Од страна на Република Бугарија се опфатени Благоевградската и Кустендилската област додека од страна на Република Македонија се опфатени североисточниот, источниот и југоисточниот плански регион на Македонија.

Во овие плански региони на Република Македонија има повеќе општини како што е прикажано на Слика 1. Меѓутоа како поголеми центри во кои има организирано шумарство (подружници на ЈП Македонски шуми) како и поголеми капацитети од дрвната индустрија се следните:

- Североисточен плански регион: Крива паланка, Кратово и Куманово
- Источен плански регион: Делчево, Пехчево, Берово, Винаца, Кочани и Штип
- Југоисточен плански регион: Радовиш, Струмица, Гевгелија и Валандово



Административни податоци за фирмите кои се регистрирани за работа во ланецот на производство на дрво се земени од Централниот регистер на Република Македонија. Според овие податоци во: североисточниот, источниот и

Југоисточниот регион вкупно се регистрирани 753 правни субјекти од овие дејности. Овој број на правни субјекти не содејствува со реално активните фирми во секторот шумарство и дрвна индустрија, бидејќи дел од правните субјекти се: неликвидни или во стечајна постапка. Дел од фирмите се во мирување односно немаат стопанска активност. Исто така голем дел од правните субјекти при регистрација на субјектот наведуваат повеќе дејности, притоа некој од регистрираните дејности воопшто не ги извршуваат во пракса.

Фирмите опфатени со оваа анкета се таргетираны во соработка со ЈП Македонски шуми и 12 подружници (шумски стопанства) кој стопанисуваат со државните шуми во пограничните региони. Таргетираны се фирмите кој работат односно извршуваат стручни услуги (сеча, дотур, транспорт) за потребите на ЈП Македонски шуми. Бројот на активни или делумно активни фирми контрактори на ЈП Македонски шуми во истражуваниот регион е 52. Фирми кој ја откупуваат техничката дрвна маса и вршат примарна преработка на дрвото (пилани) се околу 48, со различна големина и капацитет на производство.

Посебно се опфатени и таргетираны фирмите кој вршат секундарна преработка на дрвото, финална преработка на дрво, фирми кој изработуваат мебел и ентериер и други. Активни фирми од оваа група според слободна проценка се околу 20 поголеми правни субјекти и поголем број на мали правни субјекти со помалку или еден вработен.

Со анкетата "Определување на иницијативи за иновациска соработка" се опфатени вкупно 89 фирми. Анкетирани се фирми со различен обем во однос на број на вработени, економска моќ на фирмите, различна дејности поврзана со производство на дрвото, преработка на дрвото и дрвените производи.

Цел на анкетата

Основна цел на анкетата е да даде одговор на поставените тези и цели на проектот „Иновативни иницијативи за соработка во прекуграничниот регион“.

Проектот е поврзан со ИПА програмата за прекугранична соработка 2014-2020 година. Секторот шумарство и преработка на дрво е детерминиран како потенцијал во кој може многу да се постигне во однос на: конкурентноста, логистика во постоечкиот пазар, изнаоѓање на нови пазари, обука и тренинг за вработените, изнаоѓање на нови технологии и друго.

Потенцијалот на секторот шумарство е голем и значаен како за регионот така и за Европската унија, особено ако се знае дека производството на дрво е одржлив извор на енергија и е категоризирана во таканаречените зелени енергии. Оттука многу е битно да се знае потенцијалот на шумите со кој располагаме во регионот како и мерките за зголемување и подобрување на квалитетот на шумите. Притоа

во иднина мора да се држиме до основните принципи на шумарството за трајно и зголемено производство, базирано на еколошки принципи.

Проектот има за цел да ги стимулира размената на знаења, нови идеи и можности поврзани со заштитата на животната средина и одржливото користење на природните ресурси односно шумата. Дополнително проектот би требало да ги стимулира и активностите за научно и апликативно истражување и да ги промовира Европските вредности и искуства од оваа сфера.

Проектот е замислен да понуди образовна и тренинг платформа преку виртуелна канцеларија, која би бил достапна во секое време и на секое место за сите учесници во проектот како и за сите заинтересирани субјекти и лица кој работат во секторот шумарство. Ова канцеларија би требало да ја подржи и бизнис мрежата на субјектите во секторот шумарство и дрвна индустрија. Виртуелната канцеларија со еден збор би требало да ги содржи сите бази на податоци за состојбата и активности во секторот.

Вака поставените цели на проектот треба да придонесат за инклузивен прекуграничен развој и да ги направи овој региони подобро места за живеење и работа.

При спроведувањето на анкетата се постави и техничка цел за опфат на што е можно повеќе фирми кој работата во шумарство и преработка на дрво и дрвни производи. Интенција беше да се опфатат различни фирми по големина и дејност со што би се добиле релевантни и понатаму применливи резултати.

Од резултати на проектот се очекува да дадат реална слика за состојба со секторот, со што би се овозможило креирање на соодветна политика. Дополнително добиените резултати имаат за цел да ги детерминираат сите потреби за подобрување на врските помеѓу фирмите од секторот во двете соседни земји и на тој начин да се створат трајни мостови на соработка и пријателство.

Структура на прашалникот

Структурата на прашалникот е моделирана од експерти вклучени во проектот од различни области. Вкупниот број на прашања изнесува 48, прашањата од 1 до 6 се општи прашања поврзани со фирмите и анкетираниите луѓе, прашањата од 44 до 48 се прашања за идентификација и контакт на анкетираниите лица како и податоци за фирмите кој се опфатени со анкетата.

Стручниот дел од анкетата е составена од четири групи на прашања и тоа:

1. Општи информации и карактеристики на дејноста на компанијата (6 до 22 прашање)
2. Иновативна дејност на компанијата (23 до 39 прашање)
3. Пазари и набавки (33 до 39 прашање)

4. Развој и конкурентност (40 до 43 прашање)

Наоди од анкетата

Наодот од анкетата е даден како наративен приказ на добиените резултати за сите четири групи на стручни прашања. За истите резултати во Прилог 2 е даден графички приказ со детални податоци за сите добиени резултати изразени во проценти.

Општи информации и карактеристики на дејноста на компанијата

Во оваа група прашања опфатени се повеќе прашања околу карактерот на фирмите кој се анкетираните како и прашања кој се поврзани со анкетираните лица.

- На одговорот за полот на анкетираните лица, 82 % одговориле дека се мажи додека 16 % од анкетираните биле жени. На оваа прашање не одговориле 1% од испитаниците.
- Возраста на анкетираните лица се движи од 29 години на најмладото анкетирано лице до над 50 годишна возраст на најстарото анкетирано лице. Доминантна група на возраст кај анкетираните лица е од 40 до 50 години. Високи 14 % од испитаниците не одговориле на оваа прашање.
- Во однос на образованието на анкетираните лица доминираат лица со средно стручна спрема 40% како и лица со високо образование 33%. Само 8 % од испитаниците се со основно образование.
- Анкетираните се најчесто менаџерите на фирмите и тоа околу 89 %, следуваат 7% анкетираните помошници специјалисти, 1% помошен административен кадар, 1% квалификувани работници додека 2% од анкетираните не одговориле на оваа прашање.
- Теренската анкета е спроведена во сите поголеми центри во пограничниот регион на Република Македонија кон Република Бугарија. Притоа вкупно се анкетираните 89 фирми. Најмногу фирми се анкетираните во Струмица 17, следуваат градовите: Куманово 12, Пехчево 8, Гевгелија

8, Радовиш 7, Берово 7, Винаца 7, Делчево 6, Валандово 5, Кочани 3, Крива Паланка 3, Кратово 2, Скопје 1 (дејствува во регионот) и во Штип има една анкетирани фирма. На оваа прашање не одговориле два субјекта.

- Анкетираниите фирми се основани во различни периоди: после 2010 г. основани се 19%, од 2000 до 2010 основани се 29%, од 1990 до 2000 основани се 15% и до 1990 г. основани се 3% од анкетираниите фирми. На оваа прашање не одговориле 33%.
- Сопственоста на фирмите според капиталот доминантно е приватна со високи 84% од анкетираниите, 14 % се државни фирми. Мешана сопственост на капиталот во фирмите воопшто нема, додека на оваа прашање не одговориле 2% од анкетираниите фирми.
- Сопственоста на фирмите според местото на регистрацијата доминантно е Македонски 94%, мешана сопственост имаат 2% од анкетираниите фирми, 1% од фирмите се странски. На оваа прашање не одговориле 2% од анкетираниите фирми.
- Правниот статус на овие фирми е различен, така доминираат друштва со ограничена одговорност ДОО 51%, самостојни друштва со ограничена одговорност 16%, ограничени друштва 2%, трговец поединец 3%. Со оглед дека не беше понуден одговорот јавно претпријатие во рубриката друго се анкетирани 18%. На оваа прашање не дале одговор 2%. Во анкетата доминираат самостојни фирми со високи 92%.
- Анкетираниите фирми воглавно биле активни во последните три години (2014, 2015 и 2016 година) и тоа 85 % од анкетираниите фирми. Останатите биле неактивни или не дале одговор.
- Според билансовата состојба на активата, доминираат фирми со актива до 350 000.00 евра односно 68% од анкетираниите фирми, фирми со актива од 350 000.00 до 4 000 000.00 евра имаат 17% од анкетираниите, фирми со актива од 4 000 000.00 до 19 000 000.00 евра имаат 7% од анкетираниите и актива над 19 000 000.00 се 2% од анкетираниите фирми. На оваа прашање не одговориле 4% од анкетираниите фирми.

- Според нето приходите од продажба направена е категоризација на фирмите во следните класи: фирми кој имаат приходи од продажба до 700 000.00 евра 75% од анкетираниите, од 700 000.00 до 8 000 000.00 евра имаат 6%, од 8 000 000.00 до 38 000 000.00 евра нето приходи од продажба имаат 8% од анкетираниите фирми.
- Според бројот на вработени лица во фирмите направена е следната поделба: од 1 до 9 лица имаат 62% од анкетираниите, од 10 до 49 имаат 19%, од 50 до 249 12% и над 250 вработени лица имаат 3% од анкетираниите фирми. На оваа прашање не одговориле 2% од анкетираниите.
- На прашањето за вложените средства за истражување и развој на анкетираниите компании со високи 54% одговориле дека за овие намени немаат направени трошоци, од 0 до 0,3% трошоци за овие дејности инвестирале 30% од компаниите, од 0,31 до 0,5% инвестирале 11% и над 0,5% од трошоците за истражување и развој инвестирале 2% од анкетираниите фирми. Не одговориле на оваа прашање 2% од анкетираниите фирми.
- Извозот како ставка од вкупниот промет на анкетираниите фирми е класифициран во следните категории: фирми кој имаат извоз до 20% позитивно одговориле 71% од анкетираниите, категорија од 21 до 49% позитивно одговориле 3%, категорија над 50% позитивно одговориле 7% од анкетираниите. На ова прашање не одговориле 19% од анкетираниите фирми.
- Анкетираниите фирми имаат компјутери во своето работење, и тоа 72% од анкетираниите додека интернет користат 67% од анкетираниите фирми. Останатите фирми или не користат или не одговориле на оваа прашање. Интернетот најчесто се користи за: интеракција со јавните институции, користење на електронски фактури, користење на социјалните медиуми како и организација на електронски сајт за фирмата. Голем процент од анкетираниите одговориле дека интернетот не го користат за: автоматизација на бизнис процесите, постоење на информациска база на податоци, систем за комуникација со клиенти и системи за управување со ресурси. Поголем дел од анкетираниите фирми 49% немаат веб страна додека 33% имаат веб страна. На оваа прашање не одговориле 18%.

- Дејноста на фирмите е класифицирана според кодот на НКИД – 2008г. Според оваа класификација анкетирани се фирми со различна дејност и тоа: стопанисување со шумите 6%, пиланарство 20%, помошни активности во шумарството 15%, кроење планирање и импрегнација на дрво 6%, производство на дрво и дрвни плочи 12%, производство на склопени паркетни плочи 4%, производство на столарија и други производи од дрво за градежништво 2%, производство на амбалажа од дрво 6%, производство на мебел за канцеларии и продавници 5%, производство на кујнски мебел 2%, производство на душеци и сунѓер 1%, производство на друг мебел 5%, трговија и посредување со дрва и градежни материјали 12%, трговија посредување со мебел 0%, хардвер и металопреработувачка 2%, трговија на големо со дрва 0%, градежни материјали и санитарна опрема 2%, трговија и посредување со дрва и градежни материјали 1% и дејноста трговија на мало со мебел, осветлување и други стоки за домаќинството 1%.
- Во однос на соработката на анкетираниите фирми од Република Македонија со фирми од Република Бугарија анализирани се две прашањата и тоа: дали имате клиенти и дали имате добавувачи од Република Бугарија. На прашањето за клиенти потврдно одговориле само 10% од анкетираниите фирми додека негативно одговориле 83% не одговориле 7%. На второто прашање дали имате добавувачи од Република Бугарија позитивно одговориле 15%, негативно одговориле 79% и не дале одговор 7% од анкетираниите фирми.
- Фирмите добавувачи од Република Бугарија се занимаваат со следните дејности: пиланарство 29%, производство на мебел 15%, градежништво 12%, производство на амбалажа 9%, производство на опаковки 1%, производство на пелети/брикети 9%, дрва за горење 12% и крајни корисници 14%.

Иновативна дејност на компанијата

Во оваа група се поставени десет прашања од областа на иновативната дејност на фирмите кој се опфатени со анкетата.

- Какви се основните цели на компанијата при воведување на технолошки новини? Кој е степенот на приоритетност?

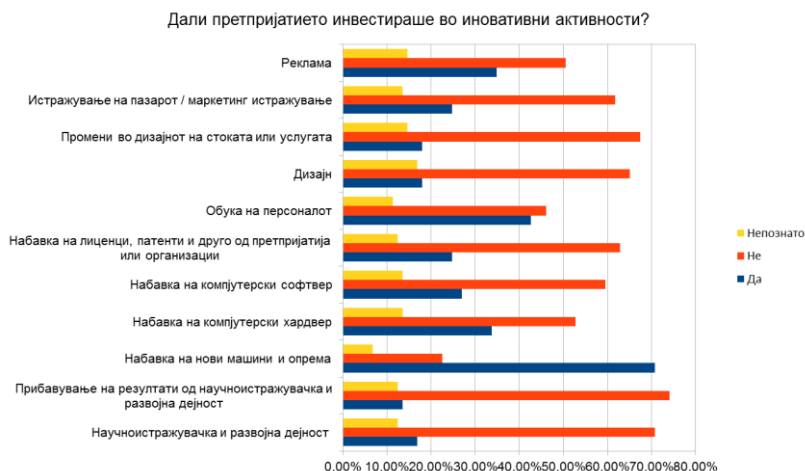
Поставено е сложено прашање со одредување на приоритети за прашањето какви се основните цели на компанијата при воведување на технолошки новини, притоа се понудени повеќе потпрашања со одговор за степенот на приоритет (висока, средна и ниска). Потпрашањата се однесуваат на: отстранување на производи на крајот на животниот циклус, подобрување на квалитетот на производите, проширување производниот асортиман, навлегување на нови пазари или зголемување на пазарниот удел, извршување на нови нормативи и стандарди, проширување или задржување на постојните пазари, зголемување на флексибилноста на производството, намалување на трошоците за труд по единица готов производ, намалување на трошоците за материјали, намалување на трошоците за енергија, намалување на загадувањето на животната средина и други опции. Кај сите потпрашања доминантен одговор е среден и висок приоритет додека многу помал процент на одговори се однесуваат на низок приоритет.

Какви се основните цели на компанијата?



- Во периодот од 2014 година до 2016 година, дали Вашето претпријатие инвестираше во некоја од следниве иновативните активности?

Во периодот од 2014 до 2016 година дел од анкетираниите фирми инвестирале во: научноистражувачка и развојна дејност инвестирале 17% од анкетираниите фирми, инвестиции во прибавување на резултати од научноистражувачка и развојна дејност имаат 13% од анкетираниите, набавка на нови машини и опрема високи 71% од анкетираниите, набавка на компјутерски хардвер 34%, набавка на компјутерски софтвер 27%, набавка на лиценци, патенти и друго од претпријатија или организации 25%, обука на персоналот 43%, дизајн 18%, промени во дизајнот на стоката или услугата 18%, истражување на пазарот - маркетинг истражување 25% и реклама 35% од анкетираниите фирми. Од анкетата се заклучува дека најмногу се инвестирало во набавка на машини и обуки за вработените, реклама како приоритети кој се поставени пред фирмите. Голем е процентот и на фирми кој не инвестирање во споменатите иновативни активности.



- Воведени ли се во вашата компанија технолошки нови или подобрени продукти (производи) во последните три години?

На прашањето дали се воведени во вашата компанија технолошки нови или подобрени продукти во последните три години, потврдно одговориле 48%, негативно одговориле 43% и не дале одговор 9% од анкетираниите фирми. Притоа 43% од фирмите кој одговориле потврдно, новините ги направиле во рамки на сопствената компанија, 35% новините ги направиле со помош на други компании и институции и 22% со делумна соработка на други компании и институции.

- Во последните три години, дали вашата компанија воведува нови или подобрени продукти, кои се нови и за пазарот?

Во последните три години дел од фирмите воведувале нови или подобрени продукти. Тоа го направиле 36% од анкетираните фирми. Останатите не го следеле овој тренд или не дале одговор на прашањето.

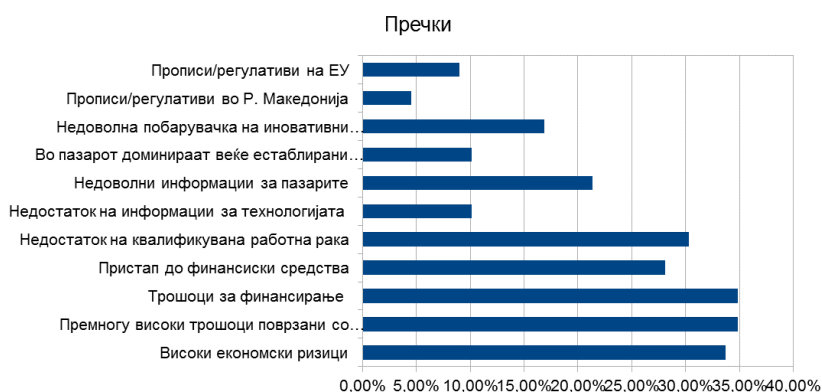
- Во последните години дали се следниве организациски промени или нови менаџментски техники воведени во вашата компанија?

На прашањето дали во последните години се воведени следниве организациски промени или нови менаџментски техники во вашата компанија се понудени повеќе под прашања на кој се добиени следните позитивни одговори: техники на менаџирање позитивно одговориле 25% од анкетираните фирми, размена на електронски податоци 26%, планирање на систем „точно на време“ или сличен систем 26%, користење на електронска пошта 54%, користење на интернет 64% одговориле позитивно, инвестирање во персоналот 37%, системи за управување со квалитет и/или стандарди 15% и воведување на трговска марка на вашата компанија 19%. Останатиот процент од одговорите се негативни или воопшто не е даден одговор на поставеното прашање.



- Во тригодишниот период од 2014 до 2016 година, кои беа пречките во остварувањето на иновативните активности во вашата компанија?

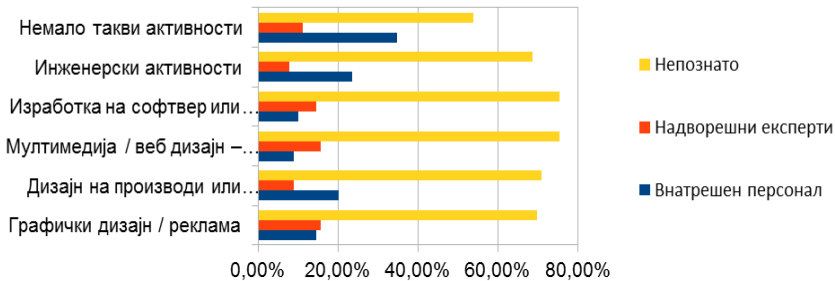
Во тригодишниот период од 2014 до 2016 година, пречките во остварувањето на иновативните активности во фирмите се лоцирани во: високи економски ризици одговориле позитивно 34, премногу високи трошоци поврзани со иновациите 35%, трошоци за финансирање 35%, пристап до финансиски средства 28%, недостаток на квалификувана работна рака 30%, недостаток на информации за технологијата 10%, недоволни информации за пазарите 21 %, Во пазарот доминираат веќе етаблирани компании 10%, недоволна побарувачка на иновативни производи и услуги 17%, прописи/регулативи во Р. Македонија 5%, прописи/регулативи на ЕУ 9%. Во голем процент фирмите не дале одговор на оваа прашање или не лоцирале пречки во понудените одговори за остварување на нови иновативни активности.



- Во последните три години од какви кадри се извршени следниве активности?

На прашањата од какви кадри се извршени следниве активности: графички дизајн и реклама, дизајн на производи или услуги, мултимедија и веб дизајн, изработка на софтвер или управување со бази на податоци, инженерски активности најчест одговор со внатрешен карар. Кај голем процент од анкетираните немало такви активности. Високи 70% од испитаниците недале одговор на оваа прашање.

Од какви кадри се извршни следните активности



• Каков вид на материјал купува вашата компанија од добавувачите?

На прашањето каков вид на материјал купува вашата компанија од добавувачите анкетираниите фирми ги дале следните одговори: дрвени трупци 29%, даски и греди 11%, фурнир 10%, детали 9%, други производи 26% и не купуваат 14%.

Пазари и набавки

Во анкетните прашања свое место заземаат и прашањата поврзани со пазарот како и набавките на производи. Оваа група на прашања е разработена со седум конкретни прашања од оваа проблематика.

• Кои се и каде се наоѓаат вашите доставувачи и клиенти?

На прашањето каде се наоѓаат доставувачите на анкетираниите фирми, за регионот и Република Македонија најчест одговор на анкетираниите фирми е местото на постоење на самата фирма и еден мал процент набавуваат потребни материјали и сировина од соседните градови. Набавките на машини и опрема се прави на македонскиот и светскиот пазар. Набавки на материјали и сировина од соседните области во Република Бугарија прават многу мал ограничен број на фирми. На оваа прашање голем процент од фирмите немаат одговор.

Во однос на лоцирањето на клиентите и корисниците на услуги најголем дел од анкетираниите фирми одговориле дека имаат локални корисници. Само мал дел од корисниците се наоѓаат во соседните градови во регионот. Може сосема јасно да се констатира дека е мал процентот на корисници на производи во пограничниот Регион на Република Бугарија.

- Наведете приближно колкав процент од производството превозувате со железница

На прашањето колкав процент од производството превозувате со железница позитивно одговориле многу мал процент од испитаниците што е сосема разбирливо ака се земе во предвид лошата состојба со железничкиот сообраќај во Република Македонија и неповрзаноста на регионот со соседна Република Бугарија. Поврзаност со железница имаат само градовите: Велес, Штип, Гевгелија и Кочани.

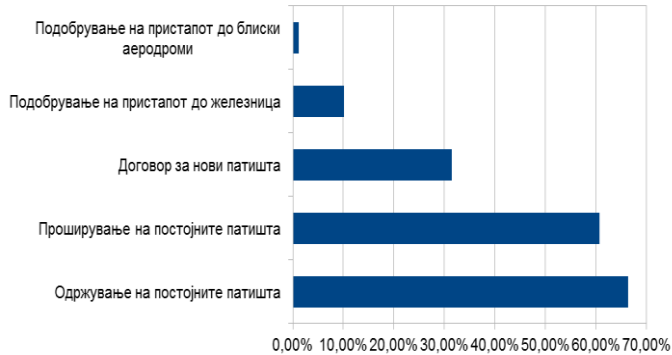
- Наведете ги вашите трошоци за испорака, од вкупниот обем на производството

Со цел да се направи анализа на трошоците за испорака на производите направено е класирање на фирмите во следните класи: фирми каде што трошоците за испорака учествуваат до 5% - позитивно одговориле 18%, од 5-10% - позитивно одговориле 19%, во класата од 10-20% - позитивно одговориле 26%, со ист процент 26% позитивно одговориле и во класата поголеми трошоци од 20%. На оваа прашање не одговориле 11% од анкетираниите фирми.

- Кои од наведените инфраструктурни проекти би помогнале за активностите на вашата компанија?

На прашањето кои од наведените инфраструктурни проекти би помогнале за активностите на вашата компанија позитивно одговориле: одржување на постојните патишта 39%, проширување на постојните патишта 36%, договор за нови патишта 19%, подобрување на пристапот до железница 6% и подобрување на пристапот до блиски аеродроми 1%.

Кои од наведените инфраструктурни проекти би помогнале за активностите на вашата компанија?



- Ако имате пристап до виртуелна образовна платформа, какви информации би побарале во/од неа?

На прашањето ако имате пристап до виртуелна образовна платформа, какви информации би побарале во/од неа позитивно одговориле: новости за производство 16%, нови сировини и материјали 8%, нови пазари 14%, нови технологии 13%, нови производи 9%, новости во ИКТ – наведете во каква област 1%, професионални анализи 3%, добри практики во Македонија и ЕУ 6%, семинари или состаноци 7%, саеми и изложби 9%, соработка и вмрежување 5%, информации за добавувачи 4% и информации за потенцијални пазари 7%. Кај оваа прашање многу мали се разликите на позитивните одговори во однос на понудените солүции како потреби на анкетираниите фирми.

Ако имате пристап до виртуелна образовна платформа, какви информации би побарале во/од неа?



- Ако имате пристап до виртуелна конуланска канцеларија, какви информации би побарале од неа?

Доколку би постоела виртуелна консултантска канцеларија, анкетираните фирми би ги побарале следните информации од неа: информации за можностите за бизнис и странските пазари 24%, информации за проекти и програми на ЕУ 21%, стандарди и сертифицирање 21%, законодавство – Македонија 17%, законодавство – ЕС иновации и НИРД законодавство 7%, информации за процедури 5%, патенти 4% и други солуции 1%.

Ако имате пристап до виртуелна конуланска канцеларија, какви информации би побарале од неа?



Развој и конкурентност

Во анкетните прашања свое место заземаат и прашањата поврзани со развојот и конкурентноста на фирмите на домашните и надворешните пазари. Оваа група на прашања е разработена со три конкретни прашања од оваа проблематика.

- На што, според вас, се подразбира вашата конкурентност?

На ова прашање се дадени следните одговори: евтина работна рака 19%, квалитативна продукција 14%, популарност на компанијата 13%, евтин транспорт 11%, уникатни производни процеси 9%, добро обучени специјалисти 9%, евтини природни ресурси 7%, добро развиена транспортна мрежа 7%, популарност 7% и друго 3%

- Колку е силна конкуренцијата на вашиот локален пазар?

Со оваа прашање направено е класифицирање на анкетираниите фирми според конкурентноста, притоа се добиени следните одговори за конкурентност: многу силна конкурентност имаат 20% од анкетираниите, силна 18%, ниту силна - ниту слаба 42 %, слаба 10% и многу слаба конкурентност имаат 7% од анкетираниите. На оваа прашање не одговориле 3% од анкетираниите фирми.

- Кои предлози би ги дале за зголемување на конкурентноста на компаниите од шумскиот сектор во регионален план?

Анкетираниите фирми ги фаворизираат следните предлози кои би довеле за зголемување на конкурентноста на компаниите од шумскиот сектор во регионален план: учество во проекти и програми на ЕУ 17%, специјализации во производството 14%, зголемување на квалитетот на производство 12%, подобрување на инфраструктурата 10%, обуки на персоналот поврзани со ИКТ 9%, инвестиции во основна и континуирана обука 9%, подобрување на производствените процеси 8%, оптимизација на транспортните врски 7%, соработка со високи училишта, институции за шумарство 5%, имплементација на стандарди 5%, пазарни стимулации за здружување во кластери 4% и диверзификација на асортиманот 0%.

Кои предлози би ги дале за зголемување на конкурентноста на компаниите од шумскиот сектор во регионален план?



Прашањата од 43 до 46 се однесуваат на лични податоци за контакт и податоци за анкетираниите фирми.

Компаративна анализа

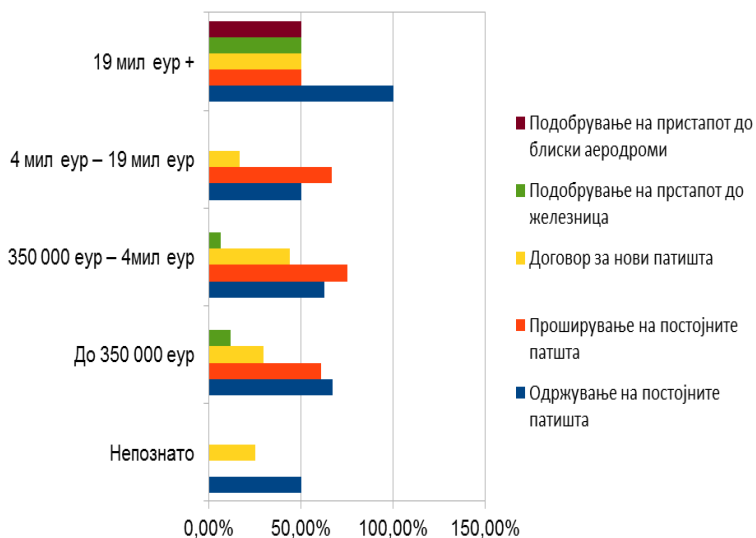
Добиената база на податоци преставува основа за компаративна анализа помеѓу различните групи на фирми и нивните одговори за иновативноста во шумарство и дрвна индустрија. Овие истражувања би требало да се интензивираат со формирањето на поголема база на податоци и анкетање на поголем број на фирми, со што би се добиле репрезентативни одговори и анализи. Во оваа прилика разработени се следниве прашања:

Прва анализа: Големината на фирмите според билансовата состојба на активата во однос на повеќе прашања (појави)

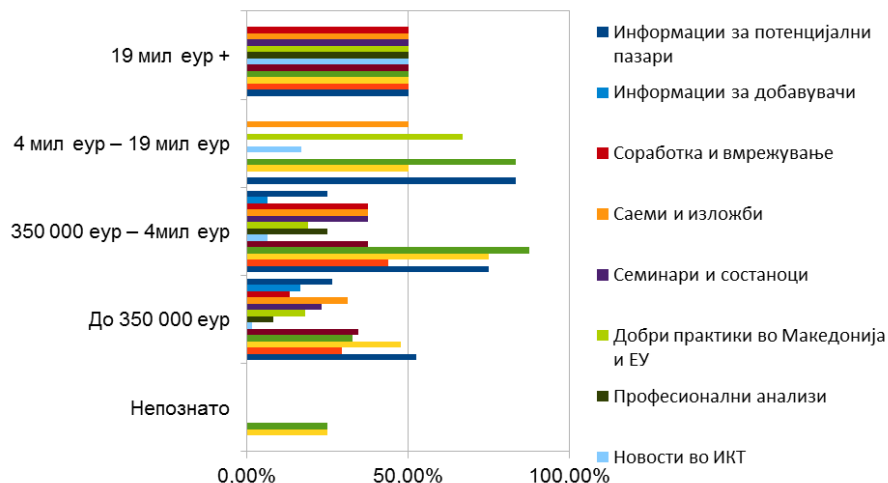
- Билансова состојба на активите наспроти Во тригодишниот период од 2014 до 2016 година, кои беа пречките во остварувањето на иновативните активности во вашата компанија



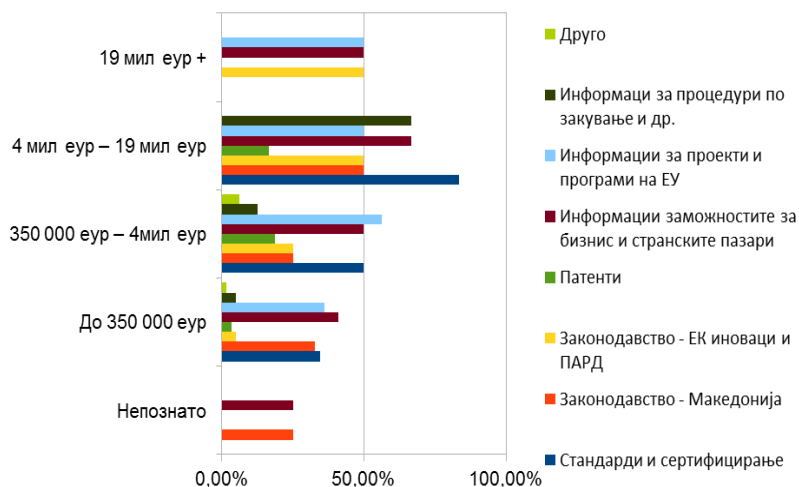
- Билансова состојба на активите наспроти Кои од наведените инфраструктурни проекти би помогнале за активностите на вашата компанија?



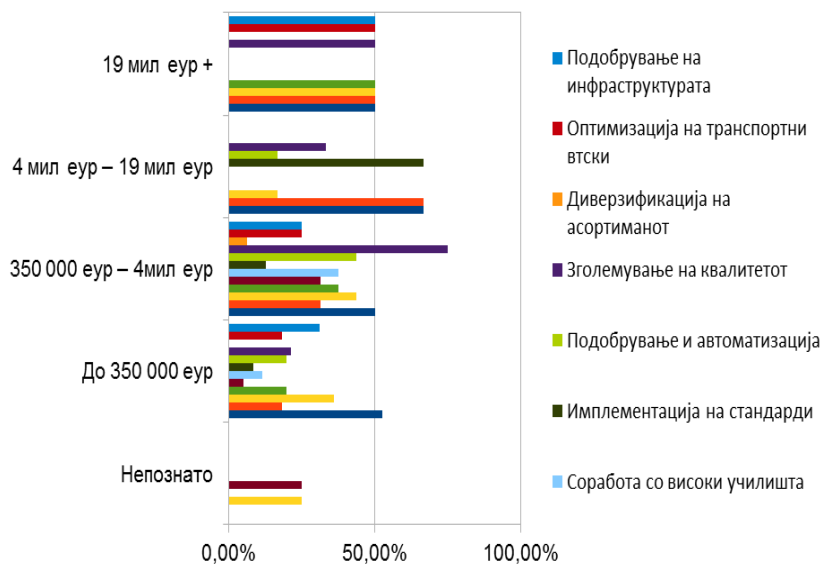
- Билансова состојба на активите наспроти Ако имате пристап до виртуелна образовна платформа, какви информации би побарале во/од неа?



- Билансова состојба на активите наспроти Ако имате пристап до виртуелна конулантска канцеларија, какви информации би побарале од неа?

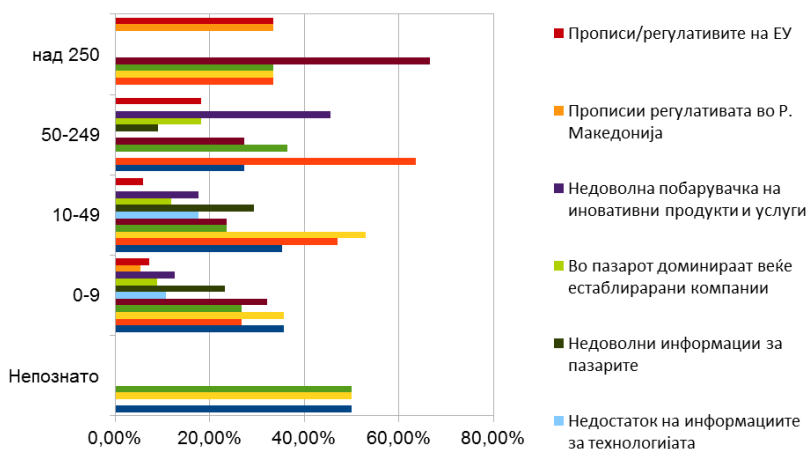


- Билансова состојба на активите наспроти Кои предлози би ги дале за зголемување на конкурентноста на компаниите од шумскиот сектор во регионален план?

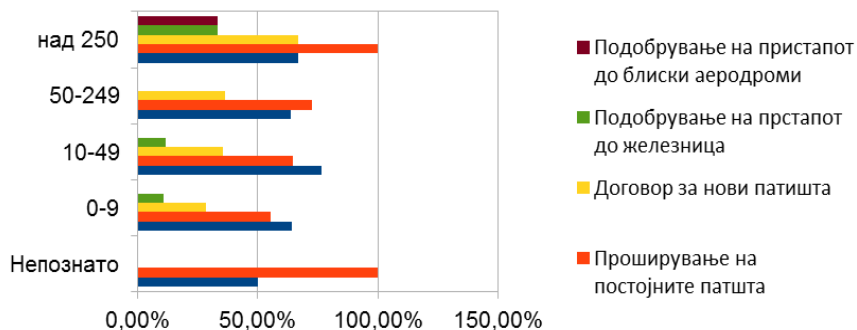


Втора анализа: Големината на фирмите според бројот на вработени во однос на повеќе прашања (појави)

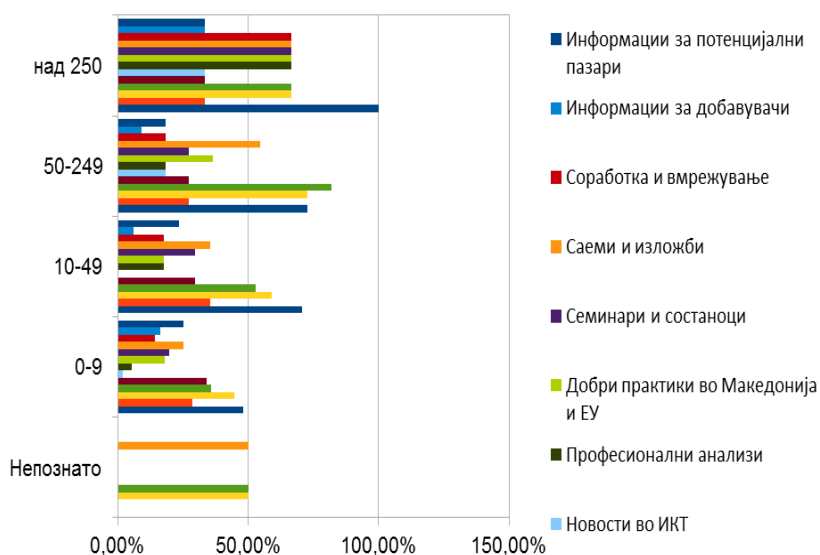
- Број на вработени наспроти Во тригодишниот период од 2014 до 2016 година, кои беа пречките во остварувањето на иновативните активности во вашата компанија



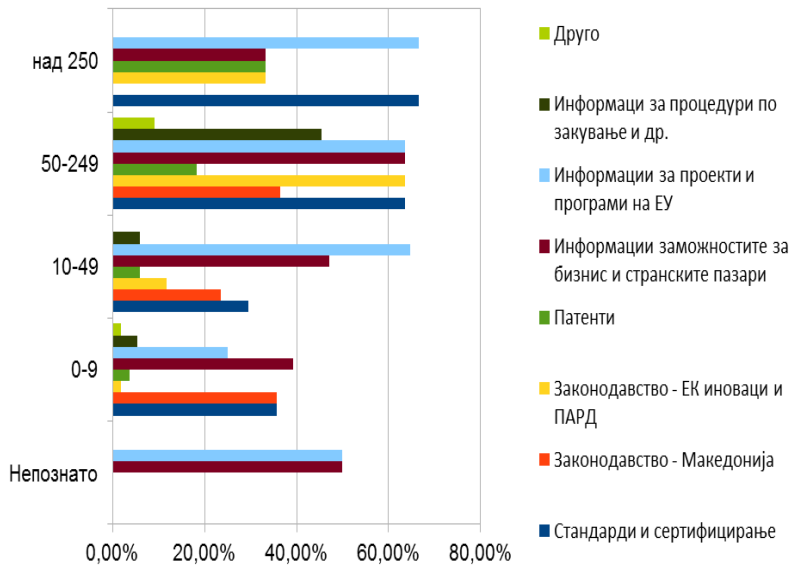
- Број на вработени наспроти Кои од наведените инфраструктурни проекти би помогнале за активностите на вашата компанија?



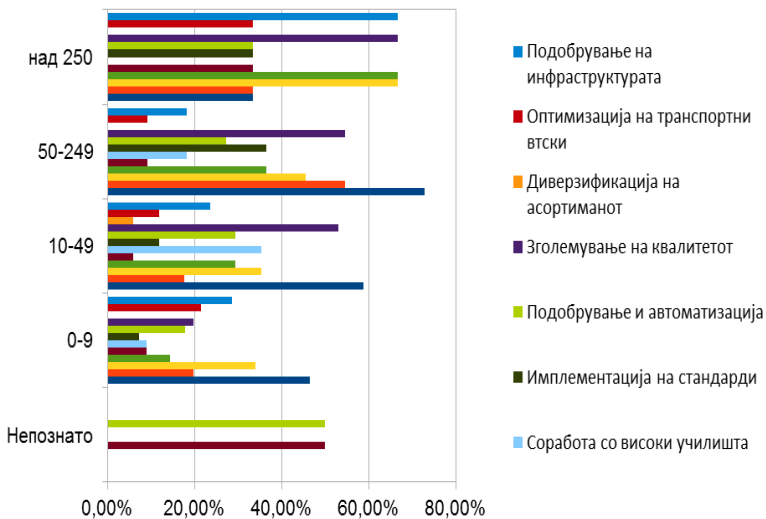
- Број на вработени наспроти Ако имате пристап до виртуелна образовна платформа, какви информации би побарале во/од неа?



- Број на вработени наспроти Ако имате пристап до виртуелна консултантска канцеларија, какви информации би побарале од неа?



- Број на вработени наспроти Кои предлози би ги дале за зголемување на конкурентноста на компаниите од шумскиот сектор во регионален план?



Заклучок и дискусија

Општи заклучоци кој произлегуваат од состојбите во секторот и укажувањето на анкетираниите субјекти:

Во секторот шумарство во Република Македонија еден од основните проблеми според укажувањето на дел од анкетираниите фирми преставува лошата организација на производството на дрво и дрвни сортименти во ЈП Македонски шуми. Малите количини на дрво кој се даваат исклучиво на годишен тендер, се однесуваат на секој пододдел поединечно и се однесуваат исклучиво за извршување на поединечни операции во шума: сеча, дотур и превоз, преставуваат сериозен проблем за обезбедување на стабилна и концентрирана работа. Овој начин на организација на работите во државните шуми не им дозволува на фирмите контрактори да воведат нови технологии и техники на работа, а пред се воведување на современа механизација со поголем капацитет а со тоа и остварување на поголема конкурентност во работата.

Во секторот шумарство се забележува и сериозен недостаток на квалификувана работна сила. Генерално отвореноста во шумите со патишта е неповолна. Во овој регион нема доволна густа и развиена мрежа со патиштата, а постоечките патишта се со лош квалитет и се користат само сезонски.

Во секторот преработка на дрвото (пиланарство) има проблем со обезбедување доволна количина суровина со соодветен квалитет (трупци за преработка). Многу често сопствениците на пилани се жалат на лошо кроење и обработка на дрвото во сортименти. Исто така суровината е достапна само сезонски затоа што воопшто не се организираат зимски сечи поради лошата инфраструктура во планините. Проблем во секторот преставува и квалификувана работна сила како и честото мигрирање на работниците на различни работни места а се почесто и иселување во странство. Во однос на секундарната и финална преработка на дрвото се чувствува потреба од нови технологии како и соодветен дизајн и квалитет кој би овозможил настап на нови и поголеми пазари.

Во однос на меѓу граничната соработката помеѓу анкетираниите субјекти постои голема заинтересираност за соработка поради: можностите кои ги нуди регионот и секторот шумарство, можностите за размената на искуства и позитивни практики како и можности за заедничкиот настап на домашните и странските пазари.

Посебните заклучоци кои произлегуваат од спроведената анкета и добиените резултат:

Општи информации и карактеристики на дејноста на компанијата:

Анкетираните се вкупно 89 фирми од различни области од секторот шумарство и преработка на дрвото. Анкетираните фирми имаат седиште во различни градови во пограничниот регион кон Република Бугарија. Структурата на анкетираните е различна по: возраст, пол, образование и работно место во фирмите. Доминираат анкетирано менаџери на фирмите кој најчесто се мажи со високо или средно стручно образование. Фирмите најчесто се во приватна сопственост и регистрирани како друштво со ограничена одговорност. Со државните шуми стопанисува ЈП Македонски шуми преку свои шумски стопанства кој имаат седиште во поголемите градови во регионот

Анкетираните фирми доминантно се во категоријата на мали правни субјекти и најчесто имаат од десет вработени. Овие фирми доминантно работат на домашниот пазар.

Анкетираните фирми имаат компјутери во своето работење и користат интернет најчесто за: интеракција со јавните институции, користење на електронски фактури, користење на социјалните медиуми како и организација на електронски сајт за фирмата. Поголем дел од анкетираните фирми немаат веб страна.

Во однос на соработката на анкетираните фирми од Република Македонија со фирми од Република Бугарија може да се констатира дека е многу мала и воопшто не содејствува со можностите и потенцијалот на регионот. Само 10 % од Македонските фирми имаат клиенти од Република Бугарија додека добавувачи имаат само 15% од анкетираните фирми. Притоа фирмите добавувачи од Република Бугарија се занимаваат со различни дејности.

Иновативна дејност на компанијата:

Во однос на иновативната дејност фирмите имаат различни технолошки активности. Од анкетата се заклучува дека досега најмногу се инвестирало во набавка на машини како и обуки за вработените. Голем е процентот и на фирми кој не инвестирање во иновативни активности.

Од анкетираните компании 43% од фирмите позитивно одговориле дека кај нив се воведуваат технолошки новини, најчесто со сопствени внатрешни ресурси. Исто така фирмите воведувале и нови или подобрени производи, тоа го направиле 36% од анкетираните фирми. Сличен е процентот на воведување на нови организациски промени или нови менаџментски техники во компаниите.

Најголем процент од фирмите не дале конкретен одговор за пречките во остварувањето на иновативните активности во фирмите.

Со оглед на тоа што со анкетата се опфатени различни субјекти кој имаат различни потреби за своето работење, може да се констатира дека многу се различни потребите од иновации и иновациски активности. Оттука се наметнува потребата од воведување на широк спектар на обуки и програми со иновативни дејности.

Пазари и набавки:

Пазарот во анализираниот регион е многу ограничен и доминантно локално ориентиран. Многу мали количини на сировина и производи се пласираат во соседните општини или во прекуграничниот регион на Република Бугарија. Железничкиот сообраќај е во многу лоша состојба и многу малку се користи во домашниот сообраќај а воопшто не постои кон Република Бугарија.

Решение на овие проблеми мора да се најде во перспектива, особено ако се знае дека транспортните трошоци на фирмите кој работат во секторот шумарство се многу високи. Се наметнува потребата од одржување на постојните и градење на нови патишта како и изградба на железничкиот сообраќај кон Република Бугарија. Анкетираните фирми позитивно гледаат на потребата од воведување на виртуелна образовна платформа. Притоа од оваа платформа се бара широк спектар на понуди бидејќи компаниите имаат различни потреби и приоритети за нивно поуспешно работење.

Дел од компаниите позитивно гледаат и на постоењето на виртуелна консултантска канцеларија со следните активности: информации за можностите за бизнис, информации за странските пазари, информации за проекти и програми на ЕУ, стандарди и сертифицирање, консултации во врска со законодавство во Македонија, Бугарија и ЕУ како и други програми и активности.

Развој и конкурентност:

Конкурентноста на фирмите на домашните и надворешните пазари компаниите од Република Македонија ја гледаат во различни свои активности и состојби. Така сопствената конкурентноста фирмите ја гледаат во: евтина работна рака, квалитативна продукција, популарност на компанијата, евтин транспорт, уникатни производни процеси, добро обучени специјалисти, евтини природни ресурси, добро развиена транспортна мрежа, популарност и друго.

Конкуренцијата на локалните пазари најчесто се дефинира како ниту силна ниту слаба.

Анкетираните фирми ги фаворизираат следните предлози кои би довеле за зголемување на конкурентноста на компаниите во секторот шумарство: учество во проекти и програми на ЕУ 17%, специјализации во производството 14%, зголемување на квалитетот на производство 12%, подобрување на инфраструктурата 10%, обуки на персоналот поврзани со ИКТ 9%, инвестиции во

основна и континуирана обука 9%, подобрување на производствените процеси 8%, оптимизација на транспортните врски 7%, соработка со високи училишта за шумарство 5%, имплементација на стандарди 5%, пазарни стимулации за здружување во кластери 4% и друго.

Од понудените одговори се заклучува дека различни се потребите за зголемување на конкурентноста на анкетираниите фирми. Оттука во иднина мора да се работи на различни активности со цел да се подобри состојбата со конкурентноста во секторот шумарство и дрвна индустрија.

Препораки

- Законодавство (Промени во законодавството и системот на работа на ЈП Македонски шуми во делот на производството)
- Инфраструктура (Мерки за подобрување на инфраструктурата во шума, Мерки за одржување и градење на нови патишта во регионот, Изградба на железнички сообраќај кон Република Бугарија и друго)
- Виртуелна канцеларија (База на податоци, Платформа за професионално образование и обуки, Платформа за консултации во секторот, Развивање на конкурентност и претприемништво, Работа на заеднички ЕУ проекти и друго)

4. ЖЕНИ КОИ РАБОТАТ ВО ШУМАРСКИОТ СЕКТОР ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Овој документ претставува анализа на одговорите добиени по спроведен прашалник за состојбата и застапеноста на жените на шумарскиот сектор во Република Македонија, во малите и средни претпријатија, во пограничниот регион.

Тука ќе ја разгледаме моменталната состојба во целиот регион, и ќе дадеме препораки и предлог мерки и активности, земајќи ги во предвид реалните економски, еколошки и структурни околности. Соодветната трансформација на општеството и постигување еднаков статус на жените во шумарскиот сектор, ќе се постигне со ефективна и брза промена, особено преку планирани и координирани мерки и активности што треба да бидат преземени и спроведени во разните области од општественото живеење во насока на воспоставување на принципот на „еднакви можности“, преку воведување на нови концепти, теми и програмски содржини за обработка. Развојот на индивидуалните потенцијали на жените, придонесува за поголем општествен развој воопшто.

Секоја Националната политика и стратегија за развој мора да ги следи новите развојни процеси и потреби кои произлегуваат како резултат на технолошката револуција, и истата треба ефективно да се применува. Прашањето кое се обработува, веќе не е само по себе прашање кое институционално треба да се реши, туку за истото има потреба од системски издржани и адекватни реформи и дополнувања, со цел ефективна употреба на ИКТ во шумарскиот сектор, но и градење општество на еднакво учество на жените и на мажите во сите области од јавниот и приватниот сектор, на еднаква застапеност на жените и мажите во шумарскиот сектор, за да одговориме на национално ниво на барањата наметнати од страна на глобалните и европските општества и модернизацијата на целиот шумарски сектор.

Прашалникот е резултат на стратешко планирање во областа на шумарскиот сектор кое ги интегрира процесите на истражување, анализа, планирање и контрола со цел да се овозможи реален и практичен увид во состојбата на жените во шумарскиот сектор во пограничниот регион, и да се постигне предвидениот степен на еднаква застапеност на мажите и жените.

Целна група

Прашалникот се спроведе на 5.000 мали и средни претпријатија во пограничниот регион во Република Македонија. Главни целни групи се МСП од шумарскиот

сектор во дозволените региони, како и трговски и индустриски комори и универзитети.

Вкупна бројка на испитаници е 29 (со букви: дваесет и девет).

Регион

Прашалникот ќе се спроведува во пограничниот регион (источен и југоисточен), на територијата на Република Македонија.

Методологија на истражувањето

За потребите на ова истражување беше изготвен прашалник, со квалитативен и квантитативен пристап, како инструмент со кој ќе се утврдува статусот на жените во шумарскиот сектор, повредите и злоупотреби, начините за заштита, како и предлог активности и потребата од подигнување на свеста во општеството.

Подготвителната фаза на истражувањето во себе содржеше активности кои обезбедија солидна основа за соодветно прибирање на податоци неопходни за анализа, како што се: консултации и телефонска комуникација на дневна основа со координаторите со цел подготовка на основата на истражувањето (добивање максимум информации); утврдување на финалната верзија на прашалникот за истражувањето:

Истражувањето треба да понуди експлицитни и имплицитни решенија за позитивни промени, во насока на постигнување на поголема застапеност на жените во шумарскиот сектор, и стекнување еднаков статус со мажите. Воедно, треба да понуди и предлог активности за понатамошен развој, како насока за идејни проектни решенија и активности.

На основа на добиените резултати треба да се предложат мерки и препораки за подигнување на јавната свест. Исто така, ќе се утврдат и потребите од едукација и обуки за подигнувањето на свеста за состојбата на жените во шумарскиот сектор.

Целите на анкетната студија се:

- Да се идентификуваат можностите за развој на кариерата на жените вработени во шумарскиот сектор
- Да се дефинираат ризичните фактори кои влијаат на работата на жените во шумарскиот сектор
- Да се утврди дали постои еднаквост помеѓу мажите и жените во шумарскиот сектор
- Да се изврши проценка на проблемите со кои се соочува целната група и проценка на препознавање закани и опасности

- Анализа на синџирот на комуникација за обраќање и помош при злоупотреба
- Проценка за институционално препознавање при пријави на злоупотреба
- Проценка на интерес за вклученост во идни активности
- Квалитативна анализа за можни иницијативи и предлог активности дадени од целната група на истражувањето

Резултати

Добиените резултати од одговорениот прашалник треба да дадат насоки како да се продолжи понатаму со проектните активности, кои целни групи да се опфатат поконкретно во следниот период, за какви теми испитаниците би сакале да добијат поопширни информации, содржини и материјали, обуки, каков формат на активностите треба да се определи согласно нивните предлози и идеи, итн.

Општи информации за интервјуираните

- Возраста на испитаниците е во опсег од 26 години до 64 години
- Брачна состојба на испитаниците:
 - 26 испитаници со брачен статус мажена
 - 2 испитаници со брачен статус немажена
 - 1 испитаник не одговорил
- Број на деца на испитаниците под 18 години
 - 3 испитаници со 3 деца под 18 год.
 - 13 испитаници со 2 деца под 18 год.
 - 2 испитаници со 1 дете под 18 год.
 - 10 испитаници немаат деца под 18 год
 - 1 испитаник не дал одговор
- Вкупен стаж на позицијата во компанијата при овој и/или претходен/ни работодавател/и
 - 9 испитаници со стаж на позиција до 5 години
 - 4 испитаници со стаж на позиција до 10 години
 - 8 испитаници со стаж на позиција до 20 години

- 6 испитаници со стаж на позиција до 30 години
- 2 испитаници без стаж

- Присуство на професионални заболувања или намалена работоспособност
 - 28 испитаници немаат професионални заболувања или намалена работоспособност
 - 1 испитаник има професионални заболувања или намалена работоспособност

- Образование (вид и специјалност)



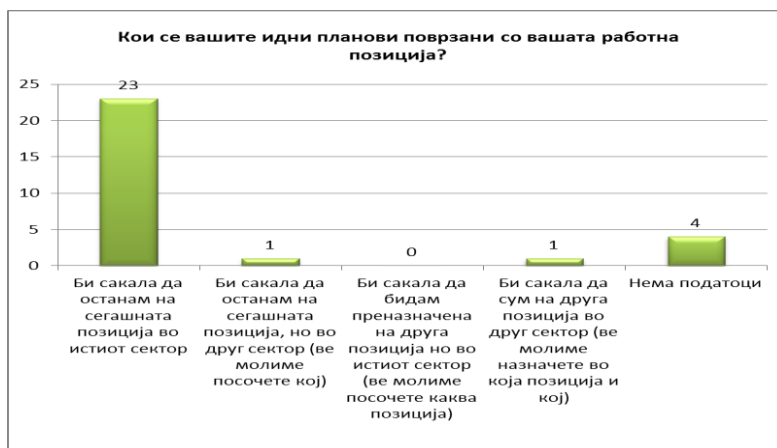
Атрактивност на шумарскиот сектор за жените

- Ве молиме, наведете ги основните фактори поради кои аплициравте на вашата актуелна работна позиција. Ве молиме наведете кој фактор беше основен за да ја изберете вашата работна позиција, имајќи предвид дека 1 означува небитен а 4 многу важен фактор. Ве молиме назначете во секој ред.

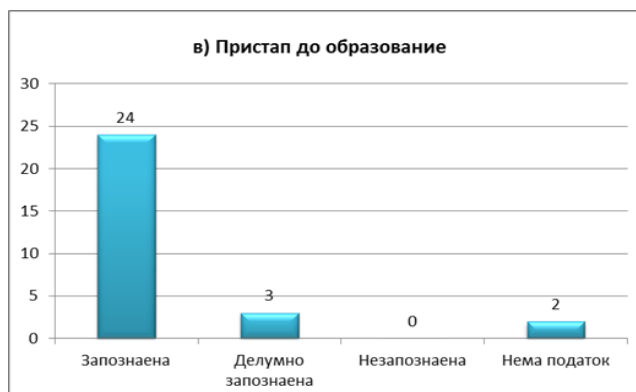
Иницијативи за иновативна соработка

Тврдење:	Многу важно	Важно	Малку важно	Не е важно	Нема податок
▪ Работата ми делува интересна	4	3	2	1	
Број на испитаници	11	13	2	1	2
▪ Работата е добро платена	4	3	2	1	
Број на испитаници	6	11	4	5	3
▪ Работата е поврзана со специјалност стекната од мене	4	3	2	1	
Број на испитаници	6	7	5	6	5
▪ Отсекогаш сум сакала да работам ваква работа	4	3	2	1	
Број на испитаници	6	7	6	8	2
▪ Постојат многу можности за развој на кариерата	4	3	2	1	
Број на испитаници	3	9	5	7	5
▪ Осигурителниот доход за заемањата должност е висок	4	3	2	1	
Број на испитаници	1	10	8	5	5
▪ Работодавачот овозможува можности за професионална обука и зголемување на надлежностите на работниците	4	3	2	1	
Број на испитаници	7	8	6	5	3
▪ Ми требаше работа	4	3	2	1	
Број на испитаници	9	11	2	5	2
Друго..... (ве молиме посочете)	/				

- Кои се вашите идни планови поврзани со вашата работна позиција?



- Запознаени ли сте со следниве права за жените



Кариерен развој и зголемување на компетенциите

- Ве молиме наведете кои се вашите главни грижи за вашата актуелна работа. Ве молиме наведете го степенот на важност за следниве тврдења, имајќи предвид дека 1 означува валидно во многу мала мера додека 4 означува валидно во многу голема мера за вас и за вашата работа. Ве молиме наведете во секој ред.

	Валидно во многу голем степен	Валидно	Речиси не валидно	Целосно невалидно	Нема податок
• Недостаток на развој во кариерниот план	4	3	2	1	0
Број на испитаници	5	15	4	3	2
• Губење на работното место	4	3	2	1	0
Број на испитаници	9	8	4	6	2
• Губење на дел од надлежностите поради породично отсуство	4	3	2	1	0
Број на испитаници	3	8	7	8	3
• Тешко ми е да ги воспитувам децата и да работам	4	3	2	1	0
Број на испитаници	4	6	3	13	3
• Загрижена сум работодавачот да не стане разочаран од квалитетот на мојата работа	4	3	2	1	0
Број на испитаници	11	5	2	9	2
• Недоразбирања со колегите во работата	4	3	2	1	0
Број на испитаници	7	5	8	7	2
• Работа надвор од работното време	4	3	2	1	0
Број на испитаници	10	3	7	7	2
• Загрижена дали ќе можам да покажам потенцијал	4	3	2	1	0
Број на испитаници	7	8	2	9	3
• Загрижена дали се почитува моето мислење	4	3	2	1	0
Број на испитаници	9	6	4	6	4
• Загрижена дека постои меѓуполова дискриминација	4	3	2	1	0
Број на испитаници	5	2	8	11	3

- Во вашата компанија има ли специјални програми / курсеви и методи за подобрување на вештините на жените?

Да	Не	Незнам
2	23	3
Нема податоци:	1	

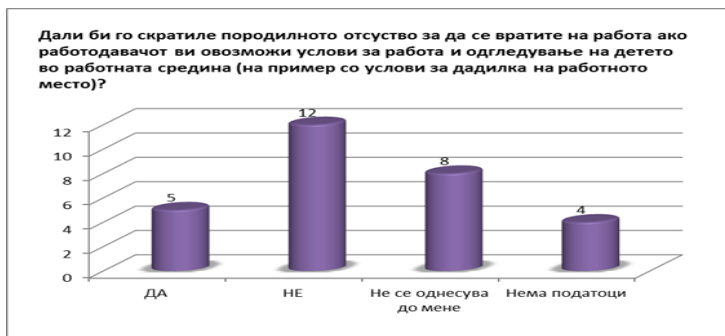
- Дали мислите дека зголемениот број на обуки кај жените во шумскиот сектор ќе придонесе за поголема продуктивност и развој во овој сектор?

Да	Не	Незнам
22	3	3
Нема податоци:	1	

- Колкав дел од работата поминувате на отворено:

Прашање:	Број на испитаници:
А) 1 ч	3
Б) 2 ч	5
В) 3 ч	2
Г) повеќе од 3 часа	5
Д) не поминувам време на отворено	11
Нема податоци:	3

- Дали би го скратиле породилното отсуство за да се вратите на работа ако работодавачот ви овозможи услови за работа и одгледување на детето во работната средина?



Препораки и предлог мерки

1. Дополнителни едукативни материјали и обуки за подигнување на свеста кај сите граѓани за еднаквите права на жените и мажите;
2. Развој на едукативен материјал со цел давање квалитетни, точни информации, односно изработка на прирачник/водич

Заклучок

Градењето на капацитети за еднаква застапеност на жените во шумарскиот сектор, особено едукацијата на оваа тема, воопшто не е лесен процес, тоа е напор заеднички да се изградат механизми за пронаоѓање системско решение за поголема вклученост на жените во овој сектор, и напор за градење на демократско општество ослободено од стереотипите за состојбата на жената во општеството.

Преку реализација на планиран процес на активности, Пограничниот регион треба, да прерасне во економски силен, рурално и индустриски ориентиран регион со развиена инфраструктура, воспоставени производни капацитети во областа на шумарскиот сектор, подобрување на конкурентноста, еднаквоста застапеност на жените и мажите, подобрување на квалитетот на животот на руралното население, зголемување на приходот и создавање на нови можности за вработување.

За таа цел, неопходно е продолжување на активностите од проектот со имплементација на предлог мерките, како и поддршка на жените не само во пограничниот регион, и не само во шумарскиот сектор, туку и на национално ниво, во јавниот и приватниот сектор, подеднакво.

5. СПОРЕДБЕНА АНАЛИЗА ОД ИСТРАЖУВАЊАТА ВО БУГАРИЈА И МАКЕДОНИЈА

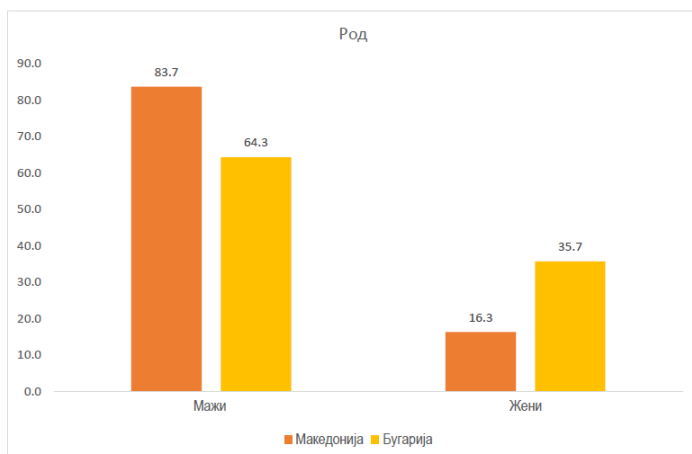
Вовед

Овој труд се обидува да го идентификува потенцијалот за развој на иновативни кооперативни иницијативи чија цел е зголемување на конкурентноста во овој регион. Во таа смисла, ја разгледува и споредува состојбата на деловните активности во претпријатијата во шумарскиот сектор од двете страни на границата применувајќи ги основните барања од прирачникот од Осло за собирање и толкување на податоци за технолошки иновации.

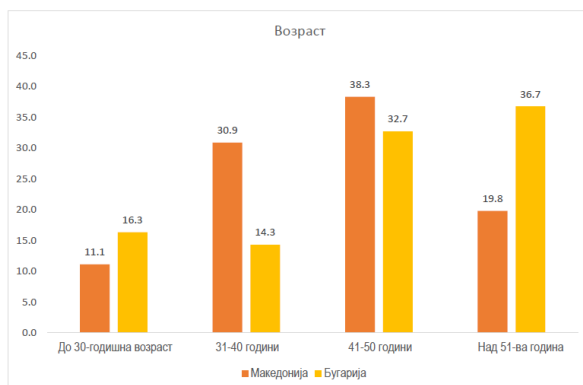
Студијата ги опфаќа сите сектори во синџирот на набавка - шумарството и сечањето, производството на дрво, хартија и мебел и трговијата во Бугарија и Македонија. Целта на тековната студија е да ги испита и спореди гореспоменатите сектори во Бугарија и Македонија. Ова ќе обезбеди можност за идентификација на постоечките предизвици, како и некои потреби и можности за соработка во овој сектор во прекуграничниот регион. Резултатите ќе покажат области за подобрување и соработка помеѓу регионите.

Понатамошна обработка или агрегација на податоците е направена со цел да се овозможи остварување на значајни споредби меѓу двете земји. Сите податоци прикажани на графиконите се во проценти.

Социо-демографска структура на вработени

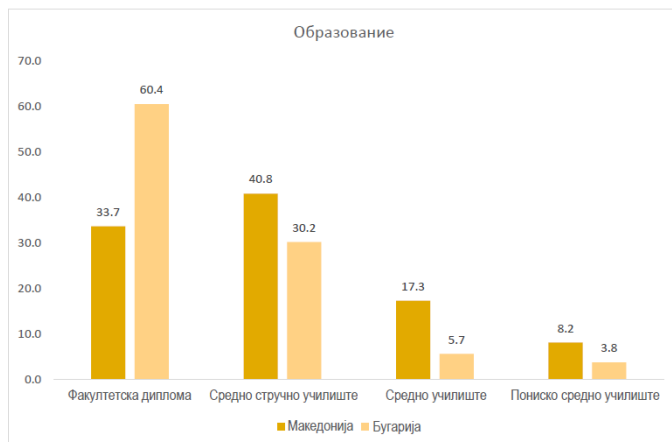


83,7% од анкетираниите вработени во Македонија биле мажи, спроти 64,3% во Бугарија. 35,7% и 16,3% од анкетираниите беа жени во Бугарија и Македонија, соодветно.



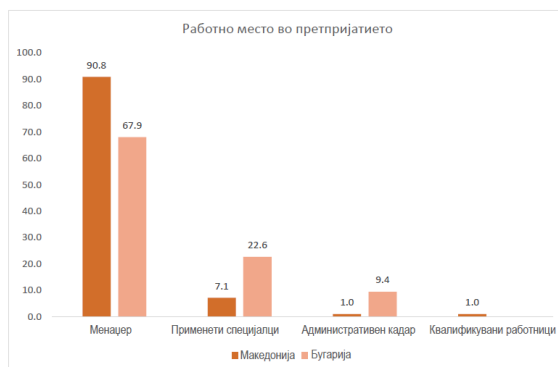
Во двата региони, Благоевград и Кустендил во Бугарија и Североисточниот, Источниот и Југоисточниот плански регион на Македонија, компаниите во набљудуваните сектори имаат стареечки вработени. Во Бугарија, најголем дел од луѓето кои учествувале во прашалникот се на возраст од 51 година и постари (36,7%). Во Македонија најголем дел од вработените е на возраст меѓу 41 и 50 години (38,3%). Оние кои се 41 години или постари се 58,1% од испитаниците во Македонија и 69,4% во Бугарија.

Ова може да се смета за проблем бидејќи работните места во секторите кои се набљудувани се чини дека се непривлечни за младите луѓе. Двата региона треба да се обидат да привлечат млади луѓе во индустриите.



Најголем дел од вработените во набљудуваните сектори во Бугарија поседуваат диплома (60,4% од анкетираниите во Бугарија наспроти 33,7% во Македонија). Во Македонија, поголем дел од вработените завршиле стручно училиште (40,8% во однос на 30,2% во Бугарија).

Позиција на лицата интервјуирани во истражувањето



Од компаниите кои учествуваа во истражувањето во двете земји се бараше, ако е можно, да обезбедат нивните менаџери да одговорат на прашањата. Како резултат на тоа, мнозинството од испитаниците во двата региони кои беа забележани се менаџери (90,8% во Македонија и 67,9% во Бугарија). Во помал број случаи, лицата кои одговориле на прашалниците беа специјалисти, административен персонал или квалификувани работници.

Профили на претпријатијата



Најголем дел од компаниите кои учествуваа во истражувањето во Македонија беа формирани во периодот 2001-2010 година (43,9% од нив). Во Бугарија, сличен процент (38,4%) на претпријатијата е формиран истовремено. 43,9% од

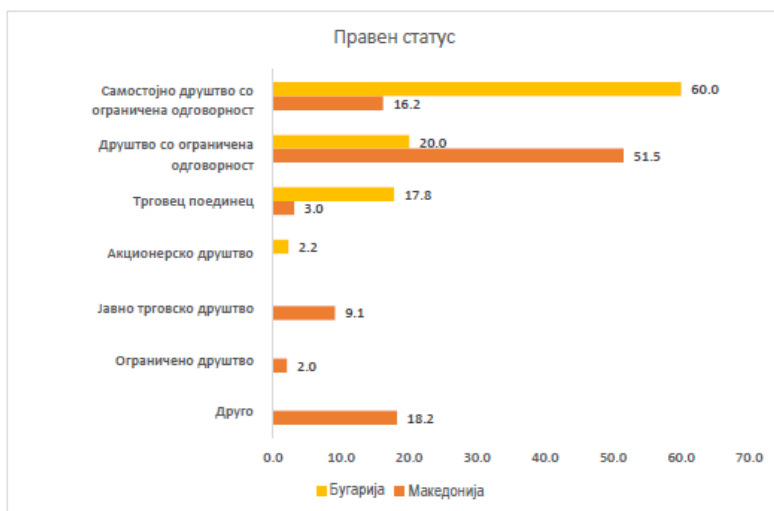
македонските фирми во секторите на студијата и 38,4% од бугарските работат помалку од 16 години. Најголем дел од компаниите кои учествуваат во студијата во Бугарија започнаа во 2011 година или подоцна (43,4% во однос на 28,8% во Македонија).



Сите анкетирани претпријатија во Бугарија беа приватни, додека во Македонија 14,3% се јавни.



Во двата набљудувани региони, компаниите се претежно локални (со Бугари или Македонци сопственици). Во Македонија имаше неколку случаи на странска или мешана сопственост.



Кога се класифицирани според нивниот правен статус, организациите во Бугарија се претежно единствени членки на друштва со ограничена одговорност (60%). Во Македонија, 51,5% од анкетираните претпријатија се друштва со ограничена одговорност. Бидејќи во Македонија има јавни претпријатија, тие одговорија со "друго" на ова прашање.



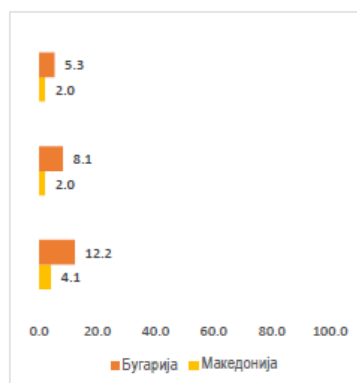
Мнозинството од организациите во истражувањето во двете земји се независни. Во Македонија, некои компании се дел од друго претпријатие.

Дали претпријатието работи во наведените години?

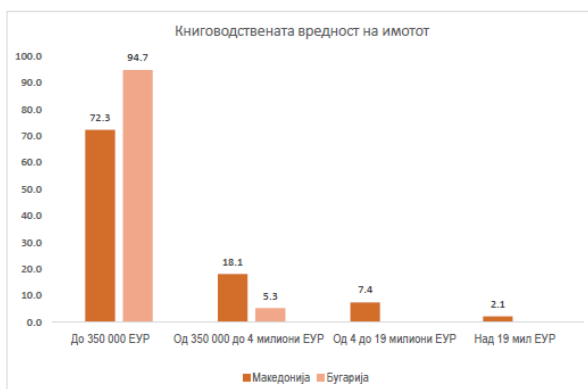
ДА



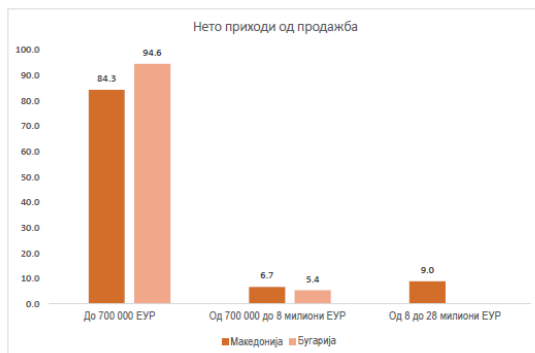
НЕ



Најголем дел од претпријатијата во набљудуваните сектори функционираа во 2014, 2015 и 2016 година. Во Македонија, оние кои не беа оперативни беа помеѓу 2 и 4% од компаниите кои ги испитавме, а во Бугарија тој процент варира помеѓу 5,3% и 12,2%.



Претпријатијата кои учествуваа во студијата во двата региона најчесто имаат средства чија книговодствена вредност е не повеќе од 350.000 евра (72,3% и 94,7% во Македонија и Бугарија соодветно). Во Македонија, 18,1% од интервјуираните претпријатија имаат книговодствена вредност на имотот што е помеѓу 350 000 и 4 милиони евра.



Кога станува збор за нето приходи од продажба, слични се и броевите за двата набљудувани региони: 84,3% (во Македонија) и 94,6% (во Бугарија) на компаниите имаат приходи кои не надминуваат 700.000 евра. 6,7% и 5,4% од интервјуираните фирми во Македонија и Бугарија имаат нето приходи од продажба помеѓу 700.000 и 8 милиони евра.



Набљудуваниот регион има бројни мали и средни претпријатија кои работат во секторите поврзани со дрво од NACE Rev. 2 кои се предмет на тековното истражување. Поголемиот дел од компаниите кои учествуваа во истражувањето во Бугарија и Македонија имаат помеѓу 1 и 9 вработени (61,5% и 64,6%, соодветно). 19,8% од испитаниците во Македонија работат во средни претпријатија со 10 до 49 работници (наспроти 35,9% во Бугарија). Организациите кои учествуваа во студијата и кои имаат помеѓу 50 и 249 вработени, се 12,5% во Македонија и 2,6% во Бугарија.

Иновации во секторот



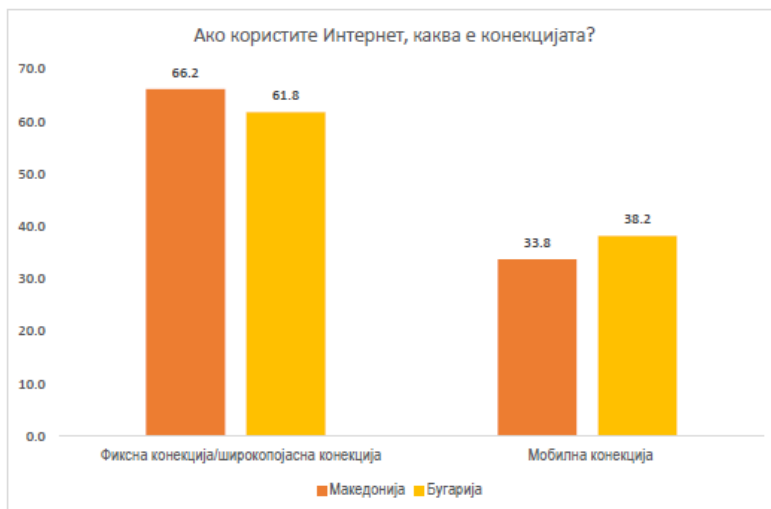
Трошоците за истражување и развој се показател за иновативната активност во бизнисот. Студијата покажа дека најголем дел од компаниите во набљудуваните сектори во регионите на Кустендил и Благоевград во Бугарија и североисточниот, источниот и југоисточниот плански регион на Македонија трошат помалку од 0,3% од нивниот промет за истражување и развој. Поголемиот дел од претпријатијата во двете земји трошат 0% од нивниот промет за истражување и развој (55,7% од бизнисите во Македонија и 84,6% во Бугарија). 30,9% од македонските компании трошат до 0,3% од нивниот промет за истражување и развој (наспроти 12,8% од бугарските организации). Ова значи дека иновациите во набљудуваните сектори се помалку веројатни и со тоа се намалува конкурентноста, како на локално, така и на меѓународно ниво, на претпријатијата. Воведување на иновации може да доведе до раст во индустриите поврзани со дрво. Така, зголемувањето на трошоците за истражување и развој може да се покаже како корисно за компаниите на долг рок. Затоа, треба да има повеќе стимулации за бизнисите да прават истражување и развој.



Претежно компаниите во набљудуваните сектори користат компјутери и во Бугарија и во Македонија. Во второспоменатата, 17,3% од претпријатијата одговориле дека не користат компјутер, а во Бугарија тој процент изнесувал 7,9%.



Мнозинството анкетирани бизниси во двата набљудувани региони го користат интернетот. Во Бугарија, 7,9% од анкетираните компании не го користат, додека во Македонија тој процент е 22,4. Како резултат на тоа, има простор за подобрување: поврзувањето на колку што е можно повеќе фирми на Интернет може да се покаже како ефикасно (кога станува збор за одржување на односите со клиентите и добавувачите) и на крајот профитабилно за организациите во опсервираните сектори.



Компаниите кои користат интернет во Македонија и Бугарија најчесто имаат фиксна или широкопојасна врска (66,2% и 61,8%, соодветно).



Најраспространетата употреба на интернетот меѓу анкетираниите компании е за интеракција со јавните институции. Ова важи за 91,4% од претпријатијата во Бугарија и 48% од оние во Македонија. Електронското фактурирање е уште една широко корисна предност на интернетот, проследено со социјални медиуми и автоматизирани односи со клиентите или добавувачите на фирмите. Некои од компаниите имаат онлајн продавници или користат облак услуги. ERP или CRM

системите и политиките за безбедносна информација се помалку популарни (ниеден испитаник во Бугарија не одговорил дека користат такви).



Покрај интернет-поврзувањето и активностите за истражување и развој, уште еден проблем на што укажува студијата е дека повеќе од половина од интервјуираните претпријатија, како во Бугарија, така и во Македонија, немаат веб-страници. 76,9% од бугарските претпријатија и 59,8% од македонските немаат сопствена веб-страница. Ова може да биде голема одбивност во дигитализиран и автоматски свет, каде присуството на интернет е од клучно значење. Како резултат на тоа, би можело да биде корисно за фирмите да создаваат свои веб-страници и да ги привлечат своите клиенти преку него.

Кои се главните цели на вашето претпријатие при воведување на технолошки новини? Каков приоритет им се дава?



Меѓу најважните цели на претпријатијата во Бугарија и во Македонија кога воведуваат технолошки новини се:

- подобрување на квалитетот на производите
- проширување или задржување на постојните пазари
- намалување на загадувањето на животната средина

Намалувањето на единечните трошоци за работна сила и трошоците за енергија, како и зголемување на флексибилноста на производството, се од голема важност и во двете земји.

Кои се главните цели на вашето претпријатие при воведување на технолошки новини? Каков приоритет им се даваат?



Среден приоритет доби проширување на портфолиото на производи, намалување на трошоците за материјали, влегување на нови пазари или зголемување на уделот на пазарот, имплементирање на нови стандарди и отстранување на производи на крајот на животниот циклус.

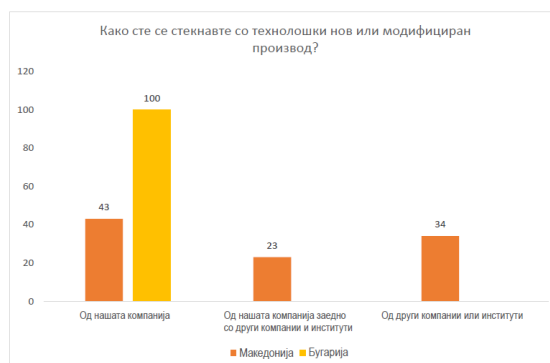




Во периодот 2014-2016 година, околу 76% од интервјуираните претпријатија во Македонија најмногу инвестирале во стекнување нови машини и опрема, околу 48% во обуки за кадри, 41% во рекламирање и 39% во купување компјутерски хардвер. Во Бугарија, компаниите исто така трошеа најмногу на нови машини и опрема, обуки за кадри, реклами за истражување на пазарот и компјутерски софтвер.



Во Македонија повеќе од половина од организациите кои учествуваа во истражувањето одговориле дека во последните три години вовеле технолошки нови или модифицирани производи. Во Бугарија, 76,5% од фирмите велат дека на пазарот не воведоа технолошки нови или модифицирани производи. Тоа би можело да биде поврзано со ниските активности што компаниите ги преземаат во истражување и развој.



Доколку бугарските компании лансираат технолошки нов или модифициран производ, тие стекнале знаење и вештини поврзани со него во нивната организација. Во Македонија претпријатијата го стекнуваат тоа или од сопствената фирма, кога соработуваат со други фирми или институти или директно од други претпријатија или институти.



Лансирање на производи кои се технолошки нови или модифицирани и се исто така нови на пазарот не е вообичаена практика во двата набљудувани региони: поголемиот дел од компаниите не воведоа такви во последните три години.



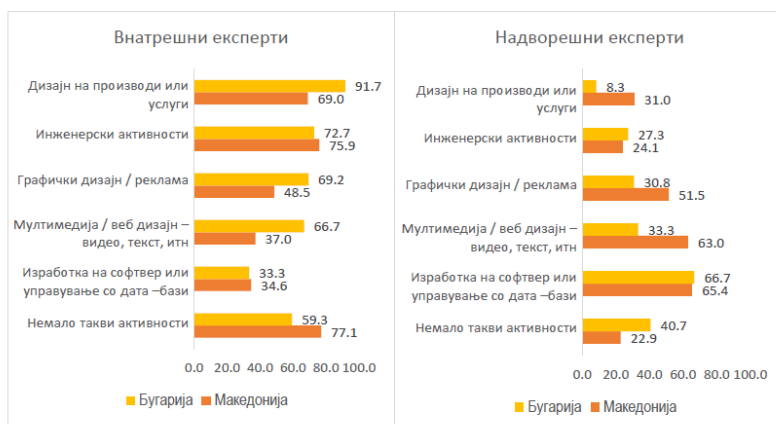
Организациските промени или новите техники за управување кои се случуваат најмногу во анкетираниите компании во Бугарија користат Интернет и електронска

пошта, електронска размена на податоци и инвестирање во развојот на персоналот. Македонските компании дадоа аналогни одговори и таму беа присутни системи за планирање на ТНВ или слично.

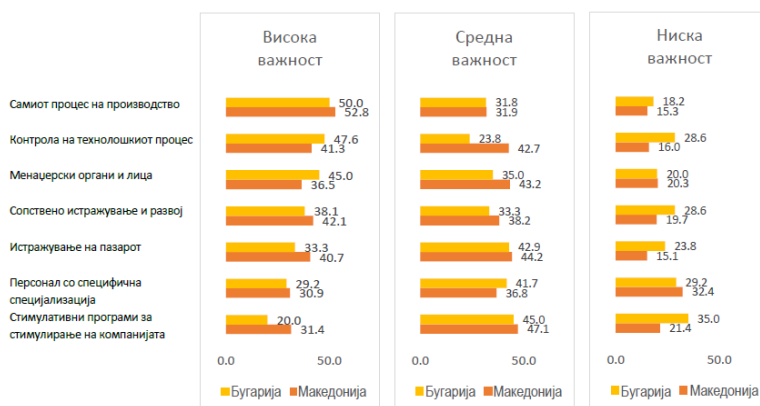


Активностите кои се поврзани со дизајн на производи или услуги, инженеринг, рекламирање, како и мултимедија, графички и веб дизајн во бугарските компании најчесто ја вклучуваат работата на внатрешни експерти. Развојот на софтвер и управување со бази на податоци се оставени на надворешни експерти. Во Македонија, поделбата на делото е следна: инженерство и дизајн на производи или услуги ги вршат и експерти од самата фирма. Поголемиот дел од другите активности, како што се графички и веб дизајн и развој на софтвер, ги вршат надворешни експерти.

Во текот на последните три години, со кои специјалисти беа извршени следните активности?



До кој степен се следниве извори на иновативни идеи важни за новите проекти и технолошките иновации на вашето претпријатие?



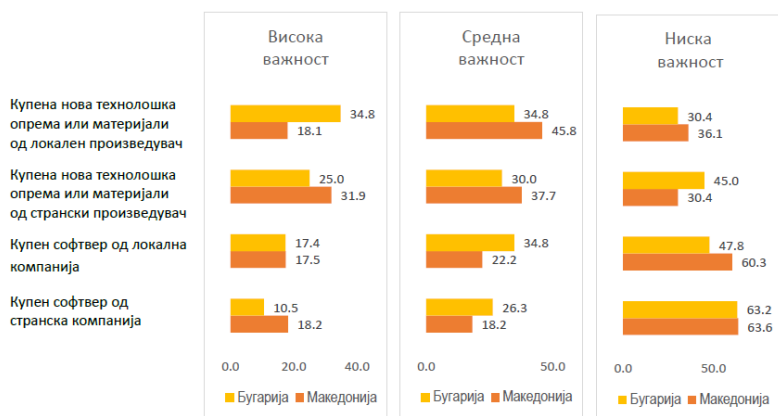
Самиот произведен процес се смета за многу важен извор на иновативни идеи како во Бугарија, така и во Македонија. Бугарите ја гледаат контролата над технолошкиот процес и органите на управување и поединците да бидат од голема важност и за иновациите. Во Македонија, сопственото истражување и развој, контролата над технолошкиот процес и истражување на пазарот имаат клучна улога во новите проекти и иновации.

До кој степен се следниве извори на иновативни идеи важни за новите проекти и технолошките иновации на вашето претпријатие?

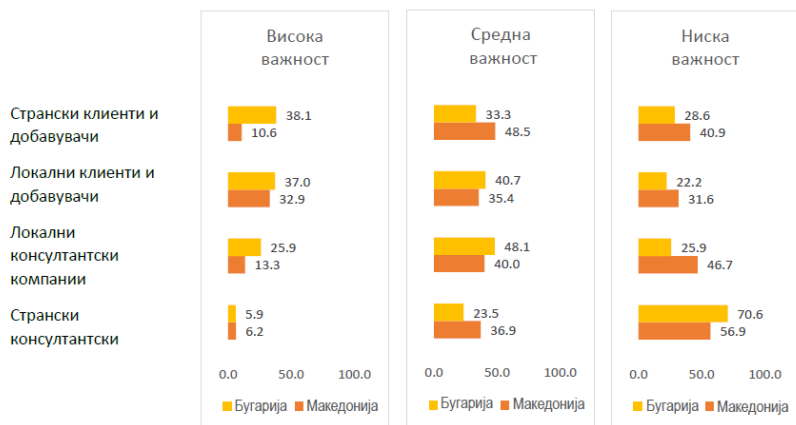


Во Бугарија, локалните програми за иновации се сметаат за многу важни од страна на некои од компаниите. Странските конкуренти имаат помала улога кога станува збор за иновативни идеи, како во Бугарија, така и во Македонија. Помалку важни за нови проекти и технолошки иновации се саеми и изложби, државни и странски програми за иновации. Овој факт покажува дека нивоата на соработка се ниски и затоа компаниите не сметаат дека се важни во однос на иновациите.

До кој степен се следниве извори на иновативни идеи важни за новите проекти и технолошките иновации на вашето претпријатие?

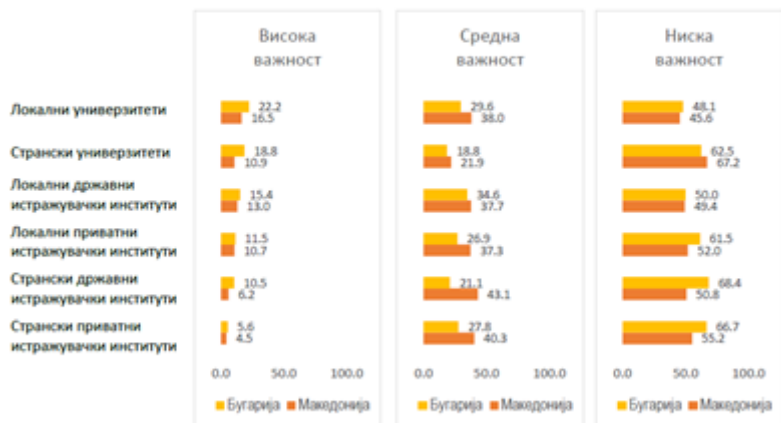


Истражуваните компании го сметаат софтверот што го купуваат од ниско значење за иновативните идеи. Нова купената опрема од локални или странски производители е од просечна важност.



Странските и локалните потрошувачи и добавувачи се сметаат како просечни или со ниско значење за иновативната идеја, исто така и локалните консултантски компании. Странските консултантски компании се сметаат за важен извор на идеи за иновации.

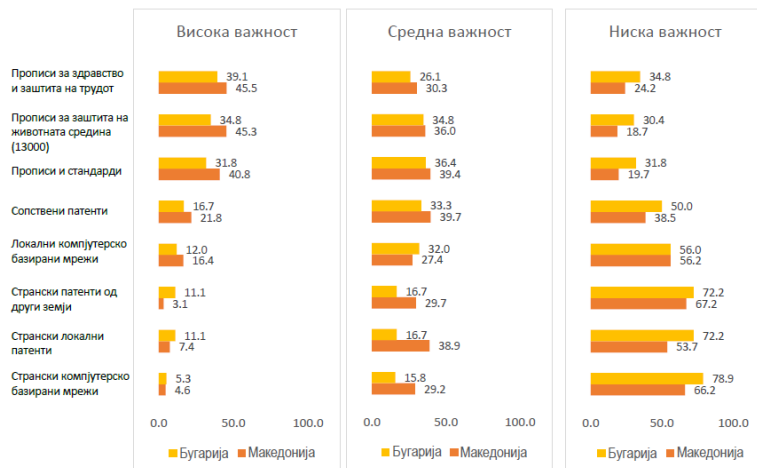
До кој степен се следниве извори на иновативни идеи важни за новите проекти и технолошките иновации на вашето претпријатие?



Истражувачките институции се претежно оценети како извор со мало значење за новите проекти и технолошки иновации и иновативните идеи поврзани со нив. Ова може да се припише на регистрираните ниски R & D активности, како и на

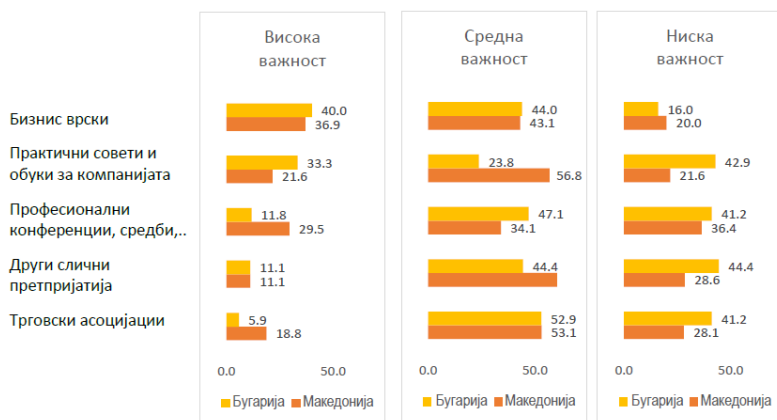
ниското ниво на соработка помеѓу бизнисот и институциите во набљудуваните сектори.

До кој степен се следниве извори на иновативни идеи важни за новите проекти и технолошките иновации на вашето претпријатие?



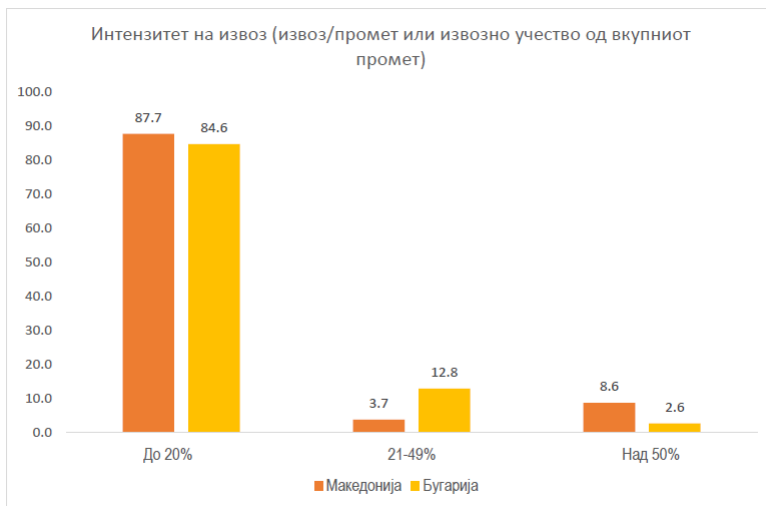
Компаниите во Бугарија и Македонија посочија дека компјутерските базирани мрежи и патенти од други земји се од мала важност за иновативни идеи. Важноста на прописите за безбедност и здравје при работа, еколошките прописи и стандардите за производи се поделени на еднакви делови за различните фирми: некои сметаат дека тие фактори се од витално значење, други имаат просечна важност, а за други се незначајни.

До кој степен се следниве извори на иновативни идеи важни за новите проекти и технолошките иновации на вашето претпријатие?

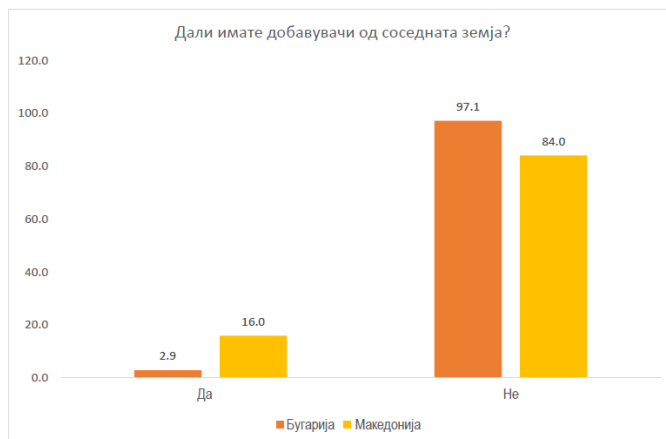


Претпријатијата кои учествуваа во истражувањето генерално веруваат дека иновативни идеи може да потекнуваат од нивните деловни врски, од совети до компанијата, од состаноци и конференции, како и од трговски здруженија. Сите овие фактори беа проценети со просечна важност за околу половина од фирмите во Македонија и во Бугарија. Ова е многу силно поврзано со идејата за проектот да се создаде ВОП и ВКК и да се направи платформа за комуникација и размена помеѓу компаниите во регионот.

Интензитет на извоз



Мнозината од анкетираниите претпријатија (87,7% од Македонија и 84,6% од Бугарија) извезуваат стоки или услуги со вредност што е еднаква на 20% од нивниот промет. Извозот на 12,8% од бугарските компании кои учествуваа во истражувањето е еднаква на вредноста која е помеѓу 21 и 49% од нивниот промет. Извозот на 8,6% од компаниите од Македонија кои учествуваа во студијата изнесува повеќе од 50% од нивниот промет.

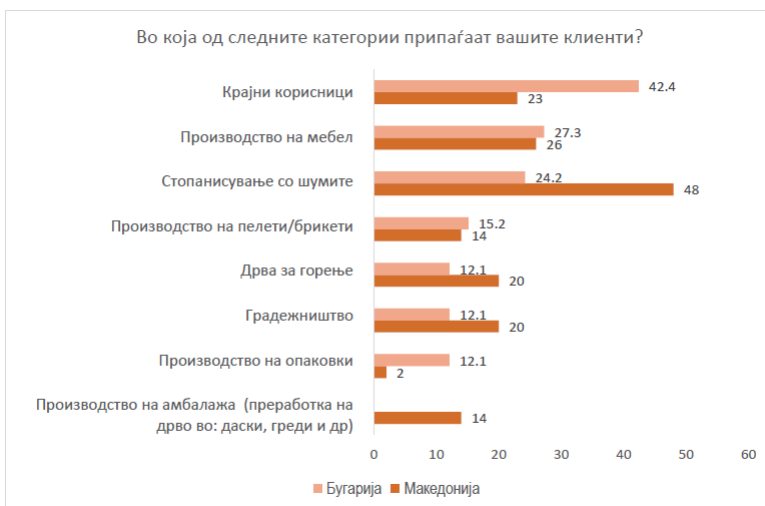


Фирмите во анкетата одговориле дека немаат добавувачи од соседната земја: 97,1% од бугарските компании немаат добавувачи од Македонија, а 84% од македонските бизниси не ги снабдуваат бугарски партнери.



37

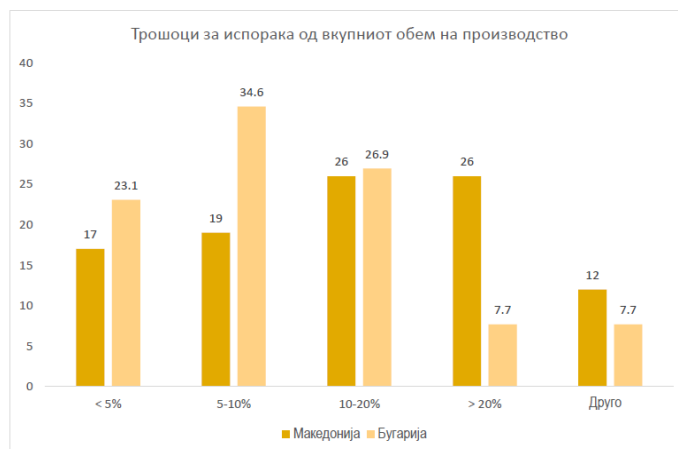
Околу 90% од анкетираниите компании изјавија дека немаат клиенти од соседната земја. Локалните власти и сите засегнати страни во шумарството, сеча, дрво, хартија и производство на мебел и трговија би можеле да ја подобрат соработката меѓу регионите преку соодветни политики и иницијативи. Добрите односи меѓу двата соседни региони би можеле да станат голема предност.



Во Бугарија најголем дел од клиентите на испитуваните компании се крајни потрошувачи - 42,4% од претпријатијата одговориле дека ги снабдуваат крајните потрошувачи наспроти 23% во Македонија. Во Македонија поголемиот дел од претпријатијата (48%) продаваат во одделот на сеча. Во Бугарија, 24,2% од анкетираниите компании тоа го прават. Во двете земји има многу фирми (27,3% во Бугарија и 26% во Македонија) кои им продаваат на производителите на мебел.

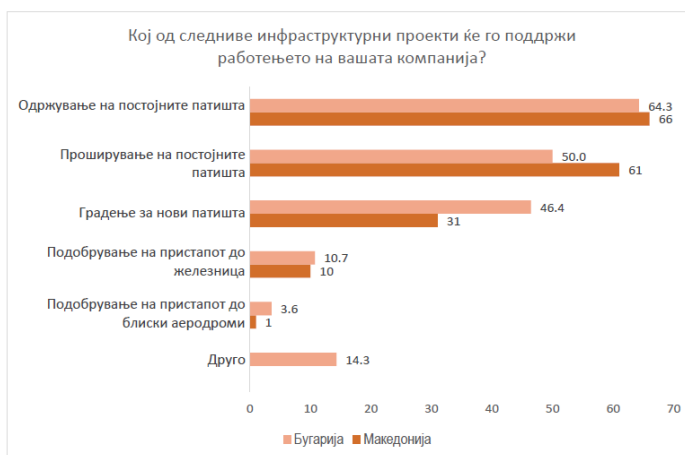


Компаниите во двата региони најчесто купуваат дрва од нивните добавувачи, проследено со фурнири и други материјали.



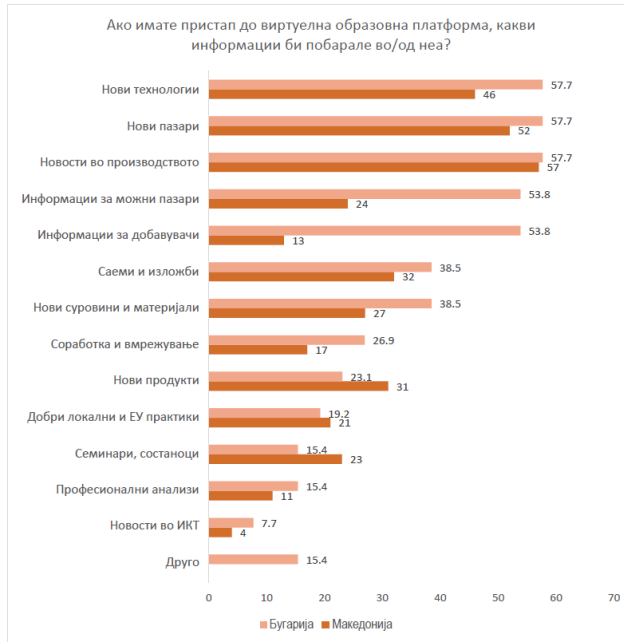
Во Бугарија, 34,6% од компаниите имаат трошоци за испорака што се еднакви на 5 до 10% од вкупната вредност на производството. Во Македонија, трошоците за испорака на повеќе од половина од компаниите се од 10 до повеќе од 20% од вкупната вредност на производството.

Потребна владина поддршка



Кога станува збор за инфраструктурни активности кои го поддржуваат работењето на претпријатијата, претпријатијата од двата набљудувани региони ставаат поголем приоритет врз правилното одржување на постојните патишта или нивно проширување. Се чини дека градењето нови патишта им помага на бугарските фирми.

Виртуелна образовна платформа и Виртуелна канцеларија



Доколку организациите во двете земји би имале пристап до виртуелна образовна платформа, информациите кои најмногу би се пребарувале би биле:

- Нови технологии
- Нови пазари
- Иновации во производство
- Информации за потенцијални пазари
- Информации за добавувачи
- Нови производи

Овие одговори покажуваат дека има потреба од платформа каде компаниите во секторот можат да комуницираат и да разменуваат идеи, да бараат потенцијални пазари и партнери, да најдат нови производи и нови технологии.

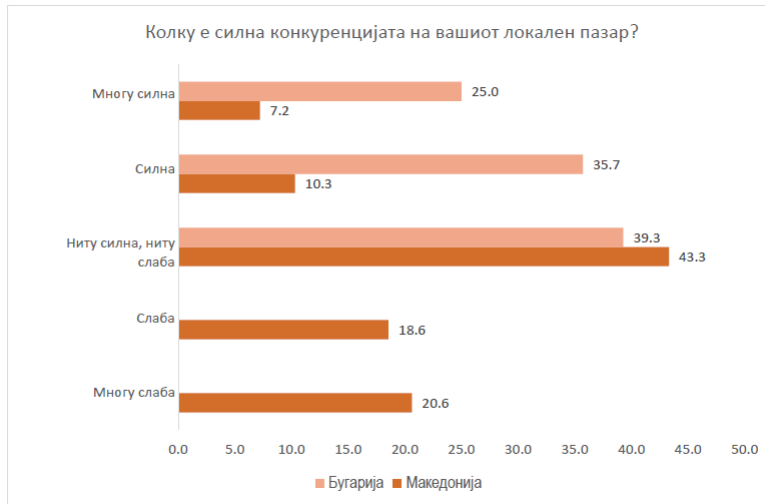


Во Бугарија виртуелната консултанска канцеларија ќе добие барања за информации за можностите за бизнис и надворешни пазари, проекти и програми на ЕУ, бугарско законодавство и стандарди и сертификација. Ваквата канцеларија во Македонија најчесто ќе биде прашана за можностите за бизнис и надворешните пазари, стандарди и сертификати и македонското законодавство.



Додека доминантно мнозинство бугарски компании сметаат дека нивната конкурентност е базирана на квалитетот на нивното производство и на добар углед на фирмата, македонските претпријатија веруваат дека се производители чија најголема предност е евтината работна сила. Квалитетот на производството

и добрата репутација на компанијата се втора и трета сила на бизнис-организациите во Македонија.



Поголемиот дел од компаниите што беа интервјуирани во Бугарија изјавиле дека конкуренцијата е или "многу силна" (25%) или "силна" (35,7%). Останатите 39,3% истакнуваат дека конкуренцијата на локалниот пазар е "ниту силна ниту слаба". Во Македонија, 82,5% сметаат дека конкуренцијата на локалниот пазар е со средна јачина, слаба или многу слаба. Конкуренцијата во Бугарија се смета за посилна, додека во Македонија се смета дека е послаба. Како дел од ЕУ бугарските производители ја чувствуваат силната конкуренција, додека македонските производители сè уште работат на помалку конкурентен пазар.



Компаниите во двата набљудувани региони одговориле дека, со цел да се зголеми регионалната конкурентност, би било препорачливо:

- Учествуваат во програмите и проектите на ЕУ
- Го подобраат на квалитетот на производството
- Специјализираат за некој вид на производство
- Ги подобраат и автоматизираат производните процеси.

Жените во шумарскиот сектор во Бугарија и Македонија

И во Бугарија и во Македонија, повеќето од интервјуираните жени работат со полно работно време. Тие наведуваат дека не страдаат од професионални заболувања.

Најважните фактори кои доведоа до изборот на моменталната позиција, според бугарските жени, се потребата да се има работа и тоа добро платена, како и високиот приход за осигурување и дека работата е интересна и привлечна. Во

Македонија, сосема слично, од витално значење за изборот на сегашната позиција беа потребата да се има работа и дека работата е интересна. Освен тоа, значајни беа и приходите од осигурување, работата да е добро платена и можностите за стручно образование и развој на компетенциите на вработените.

Жените во Бугарија и Македонија би сакале да останат на нивната сегашна позиција во истата поделба на NACE Rev. 2. Ова може да значи дека тие се задоволни од своите работни места. Во двете земји, интервјуираните жени се задоволни со условите за работа на нивната организација. Испитаниците во Бугарија и Македонија позитивно го оценуваат надоместокот, начинот на кој се формираат нивните плати и кореспонденцијата на работата на платата. Сепак, постои мала несогласување дека платите соодветствуваат на квалификациите на вработените во двете земји. Бугарските и македонските жени во шумарскиот сектор се согласуваат дека подобрувањето на условите за работа, како и дополнителната награда ќе ги мотивира и ќе ја зголеми нивната продуктивност.

Во Македонија, поголемиот дел од интервјуираните жени се информирани за нивните права во однос на заштитата од дискриминација на работното место, еднаквиот надоместок на мажите и жените и пристапот до образование. Во Бугарија, жените се или целосно или делумно информирани за тоа.

Кога станува збор за развојот на кариера и компетенции, жените во Македонија најмногу се загрижени за недостатокот на можности за развој на кариерата, губење на својата работа, губење на некои од нивните надлежности по нивното породилно отсуство, квалитетот на нивната работа и прикажување на нивниот потенцијал, прекувремената работа, дали тие добро се сложуваат со своите колеги на работа и дали нивното мислење е почитувано. Во Бугарија, соработката со колегите и почитувањето на мислењето не се сметаат за проблеми. Најголемите загрижености се поврзани со губење на работата, квалитетот на работата и прикажувањето на потенцијалот. Во двата региона, жените се помалку загрижени за комбинирање на образованието на своите деца со нивната работа, полова дискриминација или враќање на работа пред да заврши породилното отсуство.

Во Благоевград и Кустендил, како и во североисточниот, источниот и југоисточниот плански регион на Македонија, нема специјализирани програми или курсеви кои се фокусираат на подобрување на вештините на жените. Бугарските жени веруваат дека повеќе обуки нема да доведат до поголема продуктивност во шумарскиот сектор. Во Македонија, напротив, се смета дека обуките навистина би ги направиле вработените попродуктивни во секторите кои ги набљудуваме.

Предизвиците со кои се соочуваат жените во Бугарија се главно поврзани со конкуренцијата и потребата да се докажат себе си.

Факторите кои влијаат на здравјето на жените во секторот во Бугарија се дрвна прашина, работа на отворено, неповолна микроклима (температура, влажност, брзина на воздух), биолошки агенси (микроорганизми, паразити, бактерии и

вируси) и шумски животни, како и пролонгирани одење и/или стоење во шумски терени. Фактори кои имаат мало или никакво влијание врз здравствената состојба вклучуваат електрична енергија, статички електрицитет, опасност од пожар, зрачење (ултравиолетови, инфрацрвени, ласерски, јонизирачки). Во Македонија, главните ризици за здравјето на жените се предизвикани од користење или одржување на специјализирани машини, опасност од пожар, дрвна прашина, бучава и вибрации и работа на отворено. Струјата и осветлувањето, биолошките агенци, повторувачките движења, продолженото одење и стоење во шумските терени, работната положба и зрачењето се сметаат за помалку опасни.

Жените во набљудуваните сектори на NACE Rev. 2 во двете земји не поминуваат време надвор за време на нивниот работен ден.

Клучни наоди

Поголемиот дел од компаниите во секторите кои се забележани се мали и средни претпријатија. Нивниот промет е обично помалку од 700 000 евра, а мнозинството има вработени помеѓу 1 и 9 лица (62-65%). Во најголем дел од случаите вредноста на средствата изнесува до 350 000 евра. Правната форма на компаниите е единствен член на компанија со ограничена одговорност или друштво со ограничена одговорност.

Студијата покажа дека најголем дел од компаниите во набљудуваните сектори во регионите на Кустендил и Благоевград во Бугарија и североисточниот, источниот и југоисточнитеот плански регион на Македонија трошат мала сума пари од нивниот промет за истражување и развој (помалку од 0,3 %).

Ова значи дека иновациите во набљудуваните сектори се многу ниски и со тоа се намалува конкурентноста на фирмите, како на локално, така и на меѓународно ниво. Воведување на иновации може да доведе до раст во индустриите поврзани со дрво. Така, зголемувањето на трошоците за истражување и развој може да се покаже како корисно за компаниите на долг рок. Затоа, треба да има повеќе стимулации за бизнисите да прават истражување и развој.

Уделот на компаниите во двата региони кои користат компјутери и интернет е висок (над 78% во Македонија и над 90% во Бугарија), но сепак многу компании немаат веб-сајтови (60% во Македонија и 77% во Бугарија). До сега клучна причина за користење на Интернет е интеракција со јавната администрација и електронските фактури. Поретко компаниите користат интернет за социјалните медиуми и блоговите (околу една третина). Некои од компаниите имаат онлајн продавници или користат облак услуги. ERP или CRM системи и политики за безбедност на информациите се помалку популарни. Поврзувањето што поголем дел од фирмите на интернет може да се покаже како ефикасно (кога станува збор

за одржување на односите со клиентите и добавувачите) и на крајот профитабилно за организациите во набљудуваните сектори.

Употреба на нови технологии може да биде голем недостаток во дигитализиран и автоматизиран свет, каде што онлајн присуство е од суштинско значење. Како резултат на тоа, би можело да биде корисно за фирмите да создаваат свои веб-страници и да ги привлечат своите клиенти преку него.

Меѓу најважните цели на претпријатијата во Бугарија и во Македонија кога воведуваат технолошки новини се:

- подобрување на квалитетот на производите
- проширување или задржување на постојните пазари
- намалување на загадувањето на животната средина

Намалувањето на единечните трошоци за работна сила и трошоците за енергија, како и зголемување на флексибилноста на производството, се од голема важност и во двете земји.

Општо земено, нивоата на соработка помеѓу двете земји во регионот на границите се ниски и затоа компаниите би сакале да ја зголемат соработката и да придонесат во процесот на иновации.

Доколку организациите во двете земји би имале пристап до виртуелна образовна платформа, информациите кои најмногу би се пребарувале би биле:

- Нови технологии
- Нови пазари
- Иновации во производство
- Информации за потенцијални пазари
- Информации за добавувачи
- Нови производи

Истражувањето покажува дека постои потреба од платформа каде компаниите во овој сектор би можеле да комуницираат и да разменуваат идеи, да бараат потенцијални пазари и партнери, да најдат нови производи и нови технологии.

Компаниите во двата набљудувани региони одговориле дека, со цел да се зголеми регионалната конкурентност, би било препорачливо да:

- Учествуваат во програмите и проектите на ЕУ
- Го подобрат на квалитетот на производството
- Специјализираат за некој вид на производство
- Ги подобрат и автоматизираат производните процеси

Потенцијалот и подготвеноста за соработка и кооперативни иницијативи е висок и доколку се развие, ефектот за сите сектори во синџирот на снабдување ќе биде позитивен во двата региони.

ЛИТЕРАТУРА

1. Communication from the Commission: A new EU Forest Strategy: for forests and the forest-based sector, COM(2013)659 final
2. Communication from the Commission: An Integrated Industrial Policy for the Globalisation Era. Putting Competitiveness and Sustainability at Centre Stage, COM(2010)614, 28.10.2010
3. Communication from the Commission: A Stronger European Industry for Growth and Economic Recovery. Industrial Policy Communication Update, COM(2012)582, 10.10.2012
4. Communication from the Commission: Industrial Renaissance COM(2014) 3 NACE Rev. 2 Division 16 (“Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting materials”)
5. Communication from the Commission: innovative and sustainable forest-based industries in the EU, COM (2008)113, February 2008
6. EUROSTAT, Statistics Explained, Manufacture of wood and wood products statistics– NACE Rev. 2, available at:
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Manufacture_of_wood_and_wood_products_statistics_-_NACE_Rev_2#Further_Eurostat_information, last accessed in August 2014.
7. European Commission: A Blueprint for the EU Forest-based Industries (woodworking, furniture, pulp & paper manufacturing and converting, printing), SWD(2013)343.
8. European Commission: the EU furniture market situation and a possible furniture products initiative. Final report, Framework Contract /ENTR/008/006, Brussels, November 2014
9. Chobanova R. (2016). Intensifying SMES business networks in forestry, 9th International Scientific Conference WoodEMA 2016, The path forward for wood products: a global perspective, p.61-66.
10. Chobanova, R., & Georgieva, D. (2017). Women in forestry sector in Bulgaria. More wood, better management, increasing effectiveness: starting points and perspective, 114-121
11. Council Directive 2010/18/EU of 8 March 2010 implementing the revised Framework Agreement on parental leave concluded by BUSINESSEUROPE, UEAPME, CEEP and ETUC and repealing Directive 96/34/EC
12. Country report Bulgaria (2016), A thorough review on the prevention and correction of macroeconomic imbalances, Brussels, 26/02/2016, the SWD (2016) 72 final

13. Cuberes D., M. Teignier (2011). World Development Report 2012: Gender Equality and Development, World Bank
14. European Commission (2013). Employment and Social Developments in Europe
15. Europe 2020: National reform programme (2015). Republic of Bulgaria, Ministry of Finance
16. Europe 2020 strategy for smart, sustainable and inclusive growth, Brussels, 3.3.2010 COM (2010) 2020 final
17. Georgieva, D. (2016). Opportunities of using interactive teaching methods in accounting disciplines taught at higher education institutions. Modern distance learning: trends, policies and good practices, IBS, 488-499
18. Labour force participation of women (2015). European Commission, 2015
19. Labor Code, promulgated. SG. br.26 from 1986., last amended and supplemented. SG. 105 from 30 December 2016
20. Revenga A., S. Shetty (2012). Empowering Women Is Smart Economics, Finance & Development, Vol.49, №1
21. Stefanova - Bogdanska, D. (2014). Specifications management salaries in the furniture industry
22. Tracking the gender pay gap in the European Union (2014). Luxembourg: Publications Office of the European Union
23. ***: Employment rate, age group 20-64, European countries.
URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/europe-2020-indicators>
24. ***: Statistics on minimum wage
URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Minimum_wage_statistics/bg
25. ***: Presidency conclusions (2002).Barcelona European council
URL:
http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/ec/71025.pdf
26. ***: Sectoral characteristics of working conditions
URL: http://bilsp.org/documents/551_5_%D0%90%D0%BD%D0%B5%D0%BA%D1%81%20C%20-%D0%A1%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8.pdf
27. ***:Gencheva, M., J. Marinova The status of Mothers in Bulgarian legislation: developments and trends or how legislation imposes discriminatory norms and attitudes towards women
URL: <http://www.cwsp.bg/upload/docs/63.pdf>