**РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

**МИНИСТЕРСТВО ЗА ЕКОНОМИЈА**

**Национална стратегија за развој нa занаетчиството и акционен план**

2012-2020

Содржина

Листа на кратенки

0. Краток преглед 5

1. Вовед во стратегија за занаетчиство 111

2. Визија и цели на стратегијата за занаетчиството 177

2.1 СВОТ анализа 20

2.2 Елементи на стратегијата за занаетчиството 244

2.3 Модерен потрошувачки / индустриски пазар 266

2.3.1 Подобрување на квалитетот на производите / услугите и процесите 266

2.3.2 Подобрување на ефикасноста на трошоците и зголемување на делот на знаење во вкупната цена на производството 276

2.3.3 Подобрување на пристапот до пазарот на производите и услугите 277

2.3.4 Развој на пазарни комуникациски алатки 288

2.3.5 Ревитализација на стручниот образовен систем и поддршка за двојно стручно образование и обука - теорија и пракса 299

2.3.6 Подобрување на пристапот до финансии, грантови и субвенционирани каматни стапки 31

2.3.7 Промоција на поврзувањето на занаетчиите и зајакнување на мрежата на занаетчиски комори 311

2.3.8 Подобрување на деловната клима за занаетчиите и претприемачите во областа на оданочувањето и администрацијата 322

2.4 Пазар на автентичен културен туризам 344

2.4.1 Подобрување на квалитетот на производите и услугите 344

2.4.2 Креирање на атрактивни туристички дестинации и комбинирање со занаетчиски производи 366

2.4.3 Подобрување на пристапот до пазарот 377

2.4.4 Развивање алатки за пазарна комуникација 377

2.4.5 Развој на вештини за човечки ресурси во туризмот 388

2.4.6 Подобрување на пристапот до финансии, грантови и субвенционирани каматни стапки 388

3. Акционен план за развој на занаетчиството 40

3.1 Деловно опкружување погодно за раст на занаетчиството 411

3.1.1 Подобрување на правната рамка и отстранување на административните бариери 412

3.1.2 Ревитализација на системот за стручно образование 433

3.1.3 Проактивна владина подршка за подобрување на конкурентноста на занаетчискиот сектор 488

3.2 Организации за деловна поддршка – улогата на Занаетчиската комора 50

3.2.1 Зајакнување на мрежата на Занаетчиската комора – градење на капацитет за подршка на развојот на занаетчиството 50

3.2.2 Помагање на кластер-ориентирани занаетчиски ресурсни центри 532

3.2.3 Занаетчиската комора – проактивен партнер за интернационализација на занаетчиството 565

3.3. Маркетинг и промоција на занаетчиството 576

3.3.1 Вовед на „Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia“ програма за сертификација на квалитети 576

3.3.2 Вклучување на дијаспората за изнаоѓање можности за развој на занаетчиството 598

3.3.3 Спроведување на домашна и меѓународна кампања за подигање на свеста и промотивна кампања за занаетчиството 621

3.4 Развој на занаетчиски производи 643

3.4.1 Развој на центар за занаетчиски дизајн и иновации 643

3.4.2 Развивање на „Локално занаетчиство во раст“ на одредени локации, градски занаетчиски пазари и „Ракотворни туристички рути“ 676

3.4.3 Заштита на традиционалното занаетчиство кое е на работ од исчезнување 698

Надлежни институции за имплементација: 698

3.4.4 Воведување на е-трговијата во занаетчиската понуда 71

3.4.5 Усогласување на производите со висока додадена вредност и меѓународните стандарди за квалитет и еко-сертификација 732

4. Имплементација на стратегијата за занаетчиство и акциониот план 754

4.1 Меѓуминистерска структура за реализација 754

4.2 Следење и оценување на стратегијата 765

# Листа на кратенки

СОО – Стручно образование и обука

ЗКРМ – Занаетчиска комора на Република Македонија

БДП – Бруто домашен производ

HBO – Невладини организации

ММКЗ – Муѓу-министерски комитет за занаетчиство

ЕУ – Европска унија

МСП – мали и средни претпријатија

ММСП – микро, мали и средни претпријатија

ЦЗДИ – Центар за занаетчиски дизајн и иновации

ОЕЦД – Организација за економска соработка и развој

# 0. Краток преглед

Со цел да се дефинираат соодветни мерки и активности поради потребата за ревитализација на занаетчиството, Министерството за економија со финансиска поддршка од Светска банка (Проект за реформа на деловното опкружување и институционално зајакнување) обезбеди техничка помош за изготвување на нацрт Национална стратегија за занаетчиството и акционен план. Процесот на реализација беше поделен на 3 главни фази:

***Фаза I: Иницирање на проектот*** *(мај - јуни 2010 година)*

* Воспоставување на проектот и организирање состаноци со сите инволвирани и засегнати страни
* Идентификација на клучните извори на податоци и организирање интервјуа со релевантни институции/организации од секторот на занаетчиството

***Фаза II: Проценка на занаетчиството и презентација на најдобрата пракса*** *(јули – август 2010 година)*

* Подготовка на Дијагностика на занаетчиството Република Македонија и малите и средни претпријатија (МСП)
* Идентификување на најдобрите пракси во занаетчиството

***Фаза III: Изготвување сеопфатна Национална стратегија за занаетчиството и акционен план*** *(септември-декември 2010 година)*

* Организирање стратешки форуми (на национално и регионално ниво) за микро-претпријатија и развој на занаетчиството
* Организирање на работилници за усвојување на консензус за стратегијата и акциониот план
* Финализирање на нацрт Националната стратегија за занаетчиството и акциониот план

*Занаетчиските активности во Република Македонија имаат богата традиција со почеток во античките времиња.* Историски гледано, во Македонија како и насекаде, занаетчиите – ценети поради нивните занаетчиски вештини како и поради знаењето – успеале поради тоа што имале вешти раце и способност да ги изработуваат занаетчиските производи. Занаетчиските активности и нивното здружување (еснафите) беа движечки сили во пред-индустрискиот свет. Меѓутоа, со текот на времето, технолошкиот напредок и индустриската револуција му наштетија на уметничкото и традиционално занаетчиство. За среќа, Македонија има задржано многу од занаетчиските дејности, иако многу занаети се изложени на ризик од исчезнување.

Сепак, брзиот развој на индустријата, технолошките промени и економската трансформација во последниве 20 години, како на пример интернетот, создадоа услови за отворање на некои нови бизниси кои го попречуваат масовното производство со осврт на индустријата. Во денешно време, интензивната конкуренција, фрагментираните пазари и специфичните потреби за одредени производи и услуги создадоа нови можности, така што обемот на производството стана сè поневажен предуслов, така што улогата на малите бизниси и можностите за занаетчиство се зголемија. Се смета дека почетокот на 21 век ќе се карактеризира како ера на „ново занаетчиско стопанство”. *Македонија, со развојот на пост-индустриската занаетчиска стратегија, може да ги позиционира своите занаетчии да одиграат предводничка улога во новото занаетчиско стопанство.*

Стратегијата за занаетчиство дава клучни насоки за тоа како занаетчиските активности може да бидат обновени и повторно да одиграат клучна улога во стопанството на Р. Македонија. *Стратегијата за занаетчиството ќе создаде пофлексибилно стопанство во Македонија преку директно зајакнување и инспирирање на локалните занаетчии, нивните бизниси, нивните фамилии и нивната заедница.* Сите напори за унапредување на занаетчиските активности во Македонија директно придонесуваат за градење на основа за високо квалитетен живот: единствени, локално поседувани бизниси креираат опкружување за луѓето кои јадат, работат, учат и играат во тој регион.

Преку организирање на неколку работилници во 2010 година, водечките занаетчии развија силна визија која дава јасна насока за занаетчиството, каде и што сака да постигне и кои пазари да ги опслужува, конкретно: иновативен, пазарно-ориентиран сет на занаетчиски бизниси, со активности ориентирани особено кон културниот туризам и помодерни потрошувачки и индустриски активности. Фокусот на пазарот за автентичен културен туризам ги зачувува и ги подобрува единствените занаетчиски активности и служи за поврзување на занаетчиските бизниси со динамичниот пораст на туризмот. Исто така, бидејќи занаетчиските активности играат клучна улога и во потрошувачките и во индустриските пазари, тие мораат да ги интегрираат и традицијата и модерната технологија.

|  |
| --- |
| **Визија 2020**  Во 2020 година Македонија е препознатлива по своите просперитетни, пазарно-ориентирани, иновативни занаетчиски бизниси, каде што младите луѓе успешно ја развиваат својата кариера рамо до рамо со своите мајстори. Занаетчиските бизниси се посебно силни во две области: 1) модерни потрошувачки и индустриски пазари и 2) пазари за културен туризам. |

Со оваа нова визија и посветеност за ревитализација на занаетчиството, македонските лидери воспоставија нова парадигма за економскиот развој на Македонија – каде што занаетчиството ќе стане еден од најконкурентните сектори во целокупното стопанство. Додека целокупниот економски раст во Македонија ќе се потпира на комбинација од извозни стратегии и стратегии за локален развој, занаетчиството ќе се појави како клучен двигател во економската трансформација. Модернизирањето на занаетчиските дејности ќе генерира извоз, ќе служи како добавувач за извозно-ориентирани индустрии и ќе го поддржува локалниот економски раст.

*Двете главни пазарни ориентации во занаетчиската стратегија – модерен потрошувачки / индустриски пазар и пазар на автентичен културен туризам – ќе претставуваат најважни можности за занаетчиски бизниси и претприемачи и ќе ја стимулираат трансформацијата на занаетите.* Интеграцијата на модерните потрошувачки и индустриски пазари е од витално значење за повеќето занаетчиски активности. Занаетчиските бизниси мора постојано да го подобруваат квалитетот и ефикасноста на трошоците на нивните производи, производни процеси и услуги, како и да иновираат-воведуваат новини и да создаваат нови производи со цел ефикасно да се натпреваруваат на локалните и меѓународните пазари. Слично на тоа, туризмот се зголемува на меѓународно, национално и локално ниво во Македонија и нуди пазар за традиционалните занаетчиски активности кои вклучуваат ракотворби, производи изработени од злато, храна и угостителство, пекарски производи, спортски и културни, како и други традиционални занаети - од традиционални занаетчии кои изработуваат чевли и кожни производи, па сè до ковачи. Стратегиите за занаетчиството се идентификувани во согласност со овие две клучни стратешко-пазарни насоки кои се претставени во следната табела.

|  |  |
| --- | --- |
| **Стратешки насоки** | |
| **А. Модерен потрошувачки/индустриски пазар**  *Унапредување на квалитетот и ефикасноста на трошоците на занаетчиството преку интегрирање на знаење и создавање производи/услуги со повисока вредност .* | **Б. Пазар за автентичен културен туризам**  *Усогласување на производите/услугите на занаетчиските бизниси со изворите кои ветуваат најмногу приходи (туризмот).* |
| **Занаетчиски бизниси** | |
| Лични и други услуги (фризери, оптичари, козметичари, хемиско чистење, фотографи, цвеќари)  Дрво, мебел, метал, пластика, текстил, чевли, електрика, градба | Ракотворци, златари, угостители, пекари, производители на накит и сувенири, охридски бисери, филиграни, традиционални и уметнички занаети и други |
| **Стратешки цели** | |
| **1. Подобрување на квалитетот на производите/услугите и процесите** | **1. Подобрување на квалитетот на производите/услугите** |
| **2. Подобрување на ефикасноста на трошоците** и зголемување на учеството на знаењето во вкупните трошоци на производството  -Воведување нови материјали и технологии, како и методи на производство | **2. Создавање атрактивна дестинација –** Развивање заеднички „производи“ кои ги комбинираат занаетчиските производи/услуги со цел понуда за туристите која содржи автентично „искуство”. |
| **3. Подобрување на пристапот до пазарите на производите и услугите**  - Учество на саеми  - Развивање мрежи и стратешки партнерства во земјата и странство | **3. Подобрување на пристапот до пазарот**:  зголемување на разбирањето за потребите /барањата/очекувањата на туристите; поврзување со туроператорите и националните агенции за промоција на туризмот. |
| **4. Развивање пазарни комуникациски алатки**  **-** веб страни, е-бизнис | **4. Развивање пазарни комуникациски алатки**  - (пр. промотивни материјали, веб страни, медиумско покривање) |
| **5. Поддршка на двојно стручно образование (теоретско/практично)**  - Техничка обука со специјалисти  - Меѓународна размена и студиски посети | **5. Развивање вештини за човечки ресурси во туризмот** (вклучувајќи јазици, гостопримствo туристички менаџмент, вештини за соработка, меѓународни студиски престои) |
| **6. Подобрување на пристапот до финансии**  - Подобрување на пристапот до финансии за финансирање на материјални трошоци и инвестиции. | **6. Подобрување на пристапот до финансии:** организирање на обуки за занаетчиите во соработка со банките, за полесно добивање кредити, понуда на кредити со поволни каматни стапки |
| **7. Промовирање занаетчиско вмрежување и зајакнување на мрежата на занаетчиските комори** | **7. Подобрување на пристапот до грантови** (национални или ЕУ тендери) |
| **8. Подобрување на бизнис климата за занаетчиите и претприемачите во областа на оданочувањето и администрацијата** | |

Акциониот план се состои од проекти во три стратешки области:

(1) Деловно опкружување погодно за раст на занаетчиството, каде што Владата и релевантните владини институции ја имаат најважната улога,

(2) Организации за деловна поддршка каде што поддршката од занаетчиската комора е најважна и

(3) Развивање специфични стратешки проекти за подобрување на конкурентноста преку спроведување на конкретни проекти и конкретни непосредни ефекти за занаетчиските бизниси.

**Рамка на акциониот план**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Област на стратешки прашања** | **Краткорочни цели**  **(2012-2014)** | **Средни/долгорочни цели**  **(2015-2020)** |
| 1. Бизнис средина погодна за раст на занаетчиството | 1.1 Подобрување на законската рамка и отстранување на административните бариери  1.2 Ревитализација на системот за стручно образование | 1.3 Проактивна владина поддршка на занаетчискиот сектор за подобрување на конкурентноста |
| 2. Организации за деловна поддршка – поддршка од Комора на занаетчии | 2.1 Зајакнување на мрежата на Занаетчиската комора на Р.М. – градење на капацитети за развој на занаетчиството  2.2 Поддршка/помагање на кластер-ориентирани те занаетчиски ресурсни центри | 2.3 Занаетчиска комора на Р.М. - проактивен партнер во интернационализацијата на занаетчиството |
| СТРАТЕШКИ АКТИВНОСТИ/ПРОЕКТИ ЗА ЗАЈАКНУВАЊЕ НА ЗАНАЕТЧИСКАТА КОНКУРЕНТНОСТ | | |
| 3. Маркетинг и промоција на занаетчиството | 3.1 Воведување на програма за сертифициран квалитет на „ Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia”  3.2 Вклучување на дијаспората во истражувањето на можностите за развој на занаетчиството | 3.3 Спроведување домашна и меѓународна кампања за зголемување на свеста и промоција на занаетчиството |
| 4. Развој на занаетчиските производи | 4.1 Развој на Занаетчиски центар за дизајн и иновации  4.2 Развивање на „Локален занает во раст” на одредени локации (Скопска Чаршија, Охрид итн.), Градски занаетчиски пазари и „занаетчиски туристички рути”  4.3 Заштита на традиционалните занаети кои се во опасност од исчезнување  4.4 Воведување е-трговија во занаетчиската понуда | 4.5 Усогласување на производите со меѓународните стандарди за квалитет за производи со висока додадена вредност и еко-сертификација |

Секоја програма и проект во рамките на акциониот план е развиена со детална проектна иницијатива „бизнис план” вклучувајќи ги следниве ставки:

(1) Институции кои ќе се вклучат во реализацијата,

(2) Временска рамка

(3) Податоци за проектот

(4) Цели на проектот

(5) Очекувани резултати

(6) Активности

(7) Очекуван буџет

*Воспоставување на меѓу-министерско тело за имплементација.* Со цел да се обезбеди координација во рамките на Владата за имплементација на правната рамка, развојот и подобрувањето на конкурентноста на занаетчиите, ќе биде воспоставен меѓу-министерски комитет за занаетчиство (ММКЗ), а истиот ќе биде раководен од страна на Министерството за економија и ќе биде составен од претставници од Министерството за образование и наука, Министерството за труд и социјална политика, Министерството за култура, Секретаријатот за европски прашања и други релевантни владини агенции.

*Успешна имплементација ќе се постигне со внимателен мониторинг и евалуација.* Мониторингот и евалуацијата ќе бидат спроведувани периодично заради оценување на динамиката, ефикасноста и влијанието на стратегијата и акциониот план во однос на целите на стратегијата за занаетчиството. Министерството за економија и ММКЗ ќе спроведуваат полугодишни оценувања за време на имплементирањето како прв преглед на напредокот, прогноза за можните ефекти од стратегијата и како средство за идентификување на потребните прилагодувања во дизајнот на стратегијата и акциониот план. Следењето на напредокот ќе биде приоритет за време на првите три години. Оценувањето на влијанието на стратегијата и акциониот план ќе се направи после три години. Целите на оценката на влијанието се: да се утврди колку биле ефективни стратегијата и акциониот план, одредување на степенот до кој целите се постигнати, сознание за тоа колку активностите се ефикасно остварени и дефинирање на „научени лекции” така што идните активности за поддршка на занаетчиството би можеле да се подобрат.

*Владата ја усвои оваа Национална стратегија за занаетчиството и Акциониот план во 2011 година, заложувајќи се дека малите бизниси и занаетчиите се приоритетни области во владината стратегија за економски развој.* Со имплементација на оваа стратегија за занаетчиство, во следната деценија занаетчиите можат конечно да ја добијат поддршката што им беше потребна во текот на изминатите години, а занаетчискиот сектор ќе стане поконкурентен и развиен, додека македонските занаетчиски квалитети ќе станат препознатливи во целиот свет.

# 1. Вовед во стратегија за занаетчиство

Секторот занаетчиство во Македонија е релативно мал, разновиден и се карактеризира со многу специфични подгрупи наместо стандардизиран и унифициран сектор. Занаетчиските бизниси се карактеристично мали по обем и се географски распространети, но гледано на национално ниво, секторот има потенцијал да стане значаен работодавец, а исто така да обезбеди прифатливи, одржливи бизниси во сите области, вклучувајќи ги и оние во изолираните рурални заедници кои се игнорирани како несоодветни од страна на другите производствени сектори. Сепак, занаетчискиот сектор во Македонија се наоѓа на критичен крстопат. Во последниве години, занаетите стагнираа во целост, а специфичните традиционални сектори се намалуваат, а некои се и во фаза на изумирање.

Занаетчиските активности во Република Македонија имаат богата традиција уште од античко време. Постојат историски докази кои го докажуваат постоењето на некои занаетчиски активности, како што се златарство, мелничарство, итн.

Занаетчиските активности почнаа да се развиваат за време на Отоманската Империја, поточно, кон крајот на 14 век. Во текот на тој период беше основана првата форма на официјално здружување на занаетчии во скопскиот регион – таканаречени еснаф организации. Главната цел на еснафот беше да го заштити имиџот на занаетите и да ги здружи интересите за подобро справување со конкуренцијата од други земји.

На почетокот на 20 век, под влијание на индустрискиот развој, беше забрзана експанзијата на занаетчискиот сектор. Некои активности исчезнаа, некои нови занаетчиски дејности беа иницирани поради новата ера на индустрискиот развој. Во тој период, беше создадена нова форма на организирање на занаетчиите како што се занаетчиски комори и асоцијации основани со помош на територијалниот пристап. Некои од занаетчиските дејности развиени во тој период, подоцна прераснале во огромни индустриски капацитети. Во овој контекст, во 1910 година, усвоена е занаетчиска легислатива и во 1932 година основана е првата занаетчиска комора во Скопје.

По Втората Светска Војна, новиот политички и економски статус на земјата, дозволи занаетчиските дејности да се извршуваат од поединци или организации. Во 1954 година, беше основана новата (реорганизирана) Занаетчиска комора, која што подоцна стана дел од Стопанската комора на Македонија.

Во периодот што следеше поголемиот дел иницијативи од приватниот сектор на македонското стопанство беа спроведени од страна на занаетчискиот сектор, што значи поседување на занаетчиски работилници, регистрирани како физички лица со приватна сопственост. Занаетчиските дејности исто така продолжија да се развиваат во претпријатија со државна сопственост, но со намалена брзина поради трансформацијата со која што се соочија овие претпријатија во својата внатрешна организациона поставеност во насока на зголемување на индустрискиот развој, како нивна примарна цел.

На почетокот на 1990-тите,земјите од Источна и Централна Европа, вклучувајќи ги поранешните Југословенски земји, започнаа процес на транзиција кон пазарната економија, што исто така имаше директно влијание на развојот на приватниот сектор кој е директно поврзан со промените на економската структура. По осамостојувањето, во 1991 година, занаетчиските дејности ги продолжија своите активности базирани на новите економски и пазарни услови, што значи остварување на правото за слободна приватна сопственост и пазарни закони. Занаетчиите се локално дисперзирани и вкупниот број е во постојан пораст.

Според Законот за вршење на занаетчиска дејност од декември 2004 година и измените направени во 2007 година, во моментот на територијата на Република Македонија постојат 14 регионални занаетчиски комори кои што се регистрирани. Тие всушност произлегоа од поранешната Занаетчиска асоцијација и други независни претприемачи кои беа дел од Стопанската комора на Македонија. Поради потребата да имаат независни самоуправни организации кои ќе ги застапуваат интересите на оваа група на бизниси, беше усвоена нова легислатива базирана на европскиот модел, поточно на германското искуство. Регионалните комори се независни правни субјекти, тие беа трансформирани во согласност со Законот за вршење на занаетчиска дејност и беа основани во периодот 2004 – 2008 година. Бројот на членови во регионалните комори е даден подолу.

**Број на занаетчии по регионална комора за 2007, 2008 и 2010 година**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Бр.** | **Занаетчиска комора** | **2007** | **2008** | **2010** |
| 1. | Битола | 350 | нема податок | 255 |
| 2. | Велес | 180 | 450 | 424 |
| 3. | Виница | 100 | 117 | 125 |
| 4. | Гевгелија | 200 | 165 | 128 |
| 5. | Гостивар | 250 | 350 | 1077 |
| 6. | Дебар | 180 | 187 | 145 |
| 7. | Куманово | 120 | 200 | 185 |
| 8. | Охрид | 8 | 130 | 154 |
| 9. | Прилеп | 250 | 307 | 320 |
| 10. | Ресен | 80 | 75 | 48 |
| 11. | Скопје | 2000 | 2400 | 1972 |
| 12. | Струмица | 250 | 320 | 280 |
| 13. | Тетово | 300 | 370 | 313 |
| 14. | Штип | 60 | 98 | 90 |
|  | **Вкупно** | **4328** | **5169** | **5516** |

Извор: Занаетчиска комора на Република Македонија

Помеѓу сите занаетчиски дејности, идентификувани во официјалната класификација, најчести занаетчиски активности се фризери, козметичари, пекари, сервисери за автомобили, итн.

Врз основа на развојот и зајакнувањето на секторот на мали и средни претпријатија (МСП) и занаетчиството во целина во последните 10 до 15 години, потребата да се има владини политики повеќе ориентирани кон малите бизниси стана неопходност. Во тој контекст, со усвојување на Европската повелба за мали претпријатија од 2002 година и со усвојување на првата Стратегија за МСП и неколкуте повеќегодишни програми за МСП во периодот што следуваше, занаетчиите за прв пат добија конкретна поддршка од Владата во областите за кои им беше најпотребно.

Овие активности покажуваат дека е подигната свеста на креаторите на политиките во земјата. Во тој контекст, постоењето на посебно одделение во рамките на секторот на МСП одговорно за развој на занаетчиството е уште еден чекор кон постигнување на целите на занаетчискиот сектор и обезбедување на поддршката што им е потребна.

Почнувајќи од 2010 година, за прв пат, во годишните програми за поддршка на претприемништвото, конкурентноста и иновациите на Министерството за економија, беа дефинирани конкретни активности за финансирање на промотивни активности и подигнување на свеста за занаетчиството.

Разновидноста и локалната активност на занаетчиските бизниси треба да бидат поздравени и да се негуваат бидејќи тие обезбедуваат основа за развој на динамичен сектор. Ова бара градење на компетенции, препознавање на автентични производи со додадена вредност и услуги со висока додадена вредност во секоја од подгрупите и разбирање на значењето на секторот за економскиот, туристичкиот, културниот и социјалниот развој на Македонија.

Во светски рамки, почнуваме да гледаме повторно појавување на занаетчии и ракотворци како економска двигател, и македонската занаетчиска индустрија може да стане лидер во оваа економска трансформација. Всушност, занаетчиството денес се појавува како клучен дел од економијата базирана на знаење - преку реализација на посебни активности поврзани со претприемништвото, енергијата и интегритетот кои занаетчиите ги носат со својата работа. Пораката е јасна – занаетчиството игра единствена улога во менување на економијата и општеството.

Историски гледано, во Македонија и на други места, занаетчиите се ценети поради нивната вештина и знаење – успеале поради тоа што имале вешти раце и способност да ги изработуваат занаетчиските производи. Не само што изработуваат финални занаетчиски производи, тие исто така знаат како да ги придобијат добавувачите, другите занаетчии и на крајот потрошувачите. Занаетчиските дејности и занаетчиските здруженија беа движечки сили во прединдустрискиот свет. Меѓутоа, со текот на времето, технолошкиот напредок и индустриската револуција го загрозија занаетчиството.

За време на индустриската револуција па сè до денес, брановите на технолошки напредок доведоа до методи за масовно производство и произведување голем број стандардизирани производи. Индустријата го прифати масовното производство, а кон крајот на 20 век, големи, вертикално интегрирани корпорации доминираа во најголем број индустрии во индустријализираниот свет. Со овој процес целиот свет доживеа намалување на занаетчиската индустрија. Занаетчиите станаа артефакт во индустријализираниот свет. Македонија за среќа задржа многу занаетчиски дејности, иако многу занаети се изложени на ризик од исчезнување.

Меѓутоа сега, со брзиот развој на индустријата, технолошките промени и економската трансформација во последниве 20 години, се создадоа услови за отворање на некои нови бизниси кои го попречуваат масовното производство со осврт на индустријата. Технологијата сега доаѓа од повеќе извори и поради подемот на интернетот овозможен е пристап и на индивидуални и помали компании ширум светот. Зголемената конкурентност, фрагментираните пазари и специфичните потреби за одредени производи и услуги создадоа нови можности, така што обемот на производство стана сè поневажен предуслов, така што улогата на малите бизниси и можностите за занаетчиството се зголемија.

Почетокот на 21 век се карактеризира како „ново занаетчиско стопанство” (види подолу). Македонија, со развојот на постиндустриската стратегија за занаетчиството, може да ги постави занаетчиите и ракотворците на позиција да одиграат лидерска улога во новото занаетчиско стопанство.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Ера на ново занаетчистко стопанство***  *Декадата што следи ќе бележи постојана економска трансформација и појавување на ново занаетчиско стопанство. Многу од новите занаетчии ќе бидат мали и индивидуални бизниси – трговци-занаетчии кои произведуваат уникатни или специјализирани стоки за сè поголем број на клиенти кои бараат уникатни, специфични производи. Овие бизниси ќе ги привлечат и задржат занаетчиите, уметниците и инженерите кои бараат можност да создадат нови производи и пазари.*  *Новата генерација на занаетчии ќе бидат подобрена верзија на нивните средновековни претходници. Тие ќе бидат опремени со напредна технологија, со можност за пристап до глобални и локални бизнис партнери и клиенти, а ќе имаат и можност да конкурираат во било која индустрија. Нивните фирми ќе бидат агилни, флексибилни и често партнерски со поголеми фирми со цел да ги остварат нивните бизнис цели. Повеќето ќе бидат индивидуи занаетчии кои поседуваат знаење, потпирајќи се на човечкиот капитал за решавање на комплексни проблеми и развивање нови идеи, производи, услуги и бизнис модели. Овие занаетчии ќе привлечат и задржат високо квалификувани и креативни таленти нудејќи им слобода и флексибилност, а во многу случаи и високо конкурентен надоместок.* | **Извор:**  **Институт за иднината**  **“The New Artisan Economy”**  **Извештај за малиот бизнис**  **февруари 2008** |

Занаетчиите и ракотворците веќе учат како да присвојат и применат уште еден од клучните мега-трендови кој е движечка сила во денешниот бизнис свет – имено социјалните мрежи. Социјалните мрежи иницираат трговија без граници – особено преку користење на е-трговијата. Занаетчиите користат социјални мрежи на интернет, кои служат за преминување преку „меките“ трговски бариери, како што се јазикот и културните разлики, и за поттикнување на прекуграничната трговија, вклучувајќи го извозот и увозот. Со употреба на социјалните мрежи за зајакнување на врските со дијаспората и надвор од неа, занаетите се во процес на развивање на (меѓу)национално пазарно знаење и врски за развивање на нивните бизниси. Силното социјално вмрежување се развива преку семејството, заедницата, професионалните врски, како и преку интернет. Формално и неформално, службено или приватно, социјалното вмрежување создава систем на меѓу-културна пазарна интелигенција која ќе им овозможи на занаетчиите да учествуваат на светскиот пазар.

Стратегијата за занаетчиство дава клучни насоки за тоа како занаетчиските активности можат да се обноват и повторно да одиграат клучна улога во економијата во Македонија. Оваа проактивна стратегија за занаетчиството е ориентирана кон иднината и е спремна да ги апсорбира сите развојни елементи кои би следеле во однос на ресурсите и конкурентната предност, како и во промената на побарувачката и технологијата. Стратегијата е осмислена да им помогне на занаетчиите и малите бизниси да развијат и применат нови технологии и да развијат нови пазари, од кои ќе се поттикне поголема конкурентност. Развојот на човечкиот капитал е предуслов за имплементирање на нови технологии и развивање на нови пазари. Одбраната на старите позиции и истиориски предности ги зголемуваат идните трошоци за промена. Проактивната стратегија која ги зема предвид овие идни развојни елементи е различна од други стратегии кои спречуваат структурна измена, кои поддржуваат опаѓачки индустрии, и кои ги прифаќаат бавните реакции на националните шампиони во промените во окружувањето.

*Еден од атрибутите на стратегијата за занаетчиство е тоа што се фокусира на градење на локална економија која е поотпорна и одржлива и која има корени од локалната заедница.* Дел од стратегијата за занаетчиството е за зајакнување на локалните занаетчии и индустрии кои се примарно ориентирани кон локалната економија. Овој локален фокус создава услови кои ги охрабруваат луѓето да купуваат локално направени производи и услуги, со што ги намалуваат економските одливи од Македонија и создаваат важен приход на локално ниво кој има повеќекратни ефекти. Локалните занаетчиски економски развојни активности не секогаш носат нови пари во стопанството (за разлика од развојот на нови бизниси кои извезуваат стоки надвор од земјата), но ги задржуваат постоечките пари да циркулираат локално. Стратегијата за занаетчиството ги поддржува производите/услугите кои се локални, а кои се замена за увозните и ги задржува парите да циркулираат во рамките на земјата, што значи промовира и поддржува поголем просперитет и пораст на локалните бизниси. Конкретно, поддржувањето на занаетчиски и други локални производи кои ги обезбедуваат основните потреби како храна, лични услуги, енергија и дом (засолниште) , може да ја зајакнат економската флексибилност во Македонија.

*Стратегијата за занаетчиството создава пофлексибилна економија во Македонија преку директно зајакнување и збогатување на локалните занаетчии, нивните бизниси, нивните семејства и нивната заедница.* Нема потреба за оспорување на придобивките од економскиот развој. За разлика од типичните стратегии за индустријализација, каде работниците се сè повеќе пасивни корисници на работни места, во стратегијата за занаетчиството, сите активности се фокусирани кон промовирање на креативноста, оригиналноста и успешноста на занаетчиските таленти и бизниси: тие се *директните корисници* *на стратегијата за занаетчиството.* Освен тоа, сите напори за унапредување на занаетчиските дејности во Македонија директно придонесуваат за основни градбени блокови на висок квалитет на животот: единствени, локално поседувани бизниси создаваат посебна смисла на место и контекст каде што луѓето се хранат, работат, учат и се дружат.

# 2. Визија и цели на стратегијата за занаетчиството

Стратегијата за занаетчиството ги дефинира следните клучни мерки за подобрување на конкурентноста и одржливоста на занаетчиството и микро-претпријатијата:

1. Обезбедување посилен развој и заштита на интересите на занаетчиството и микро-претпријатијата во Македонија;
2. Постигнување на критериуми кои ќе им овозможат на занаетчискиот сектор и микро-претпријатијата да имаат подобро економско опкружување поддржувајќи го нивниот раст и развој;
3. Обезбедување високо квалификуван тренинг и едукација, независно советување, трансфер на знаење и технологии, здружување и интернационализација, помош при добивање на финансиски средства за раст и развој;
4. Придонес за континуиран раст на конкурентноста на занаетчиството и малиот бизнис во земјата и странство;
5. Развивање и заштита на домашниот занает и применетата уметност, како и други традиционални занаетчиски дејности како дел од економското и културното наследство на Македонија и како важен елемент на целокупната туристичка понуда и промоција на Македонија.

Првичната визија за занаетчиството беше дефинирана и развиена во соработка со занаетчиските бизнис лидери на работилници кои беа организирани во Скопје и Битола во текот на месец септември 2010 година.

|  |
| --- |
| **Визија за занаетчиството 2020**  *Во 2020 година Македонија е препознатлива по своите просперитетни, пазарно-ориентирани, иновативни занаетчиски бизниси, каде што младите луѓе успешно ја развиваат кариерата рамо до рамо со своите мајстори. Занаетчиските бизниси се посебно силни во две области: 1) модерни потрошувачки и индустриски пазари и 2) пазари на културен туризам.*  *Занаетчиската комора на Република Македонија и нејзината мрежа на зајакнати регионални комори обезбедуваат високо-квалитетни услуги за поддршка на производите со висока додадена вредност и развој на пазарот, иновации и практична едукација и обука.*  *Бидејќи интересите на занаетчиството се добро застапувани, поддршката на конкурентноста на занаетчиството стана врвен приоритет на Владата, која успешно воспостави даночен систем кој го поддржува занаетчиството и регулаторното опкружување.* |

Оваа визија дава јасна насока за занаетчиството за тоа што сака да биде и на кои пазари да им служи, конкретно: иновативен, пазарно-ориентиран сет на занаетчиски бизниси, со активности ориентирани особено кон културниот туризам и помодерни потрошувачки и индустриски активности. Фокусот на пазарот за автентичен културен туризам воедно ги чува и подобрува единствените занаетчиски активности и служи за поврзување на занаетчиските бизниси со динамичниот пораст на туризмот. Исто така, бидејќи занаетчиските активности играат клучна улога во потрошувачките, како и во индустриските пазари, тие мораат да ги интегрираат традицијата и модерната технологија.

Клучен аспект на визијата и стратегијата за занаетчиството е фокусираност кон подобра деловна поддршка и подобри услови за занаетчиството и развојот на МСП преку зајакнување на претприемништвото. Најпосле, занаетчиството може да се издвои преку промовирање на најдобри практики за одржливост и зајакнување на еколошко-зелено претприемништво.

**Нова Парадигма и сменет имиџ на занаетчиството**

Со оваа нова визија и посветеност да се ревитализира занаетчиството, македонските лидери воспоставија нова парадигма за економскиот развој на Македонија – каде што занаетчиството ќе стане еден од најконкурентните сектори на целокупната економија. Додека целокупниот економски развој на Македонија ќе се потпира на комбинација од извозни и стратегии за локален развој, занаетчиството ќе произлезе како клучен двигател за економска трансформација. Модернизирањето на занаетчиските дејности ќе генерира извоз, ќе служи како добавувач на други извозни индустрии и ќе го зголеми растот на локалната економија.

Со усвојувањето на стратегијата за занаетчиство ќе се подобри и трансформира целокупниот имиџ на занаетчиството во Македонија – од маргинализиран, старомоден сектор на стари ракотворци, во динамичен и претприемачки сектор составен од индивидуални занаетчии и мали и средни бизниси кои се дел од алката на развој на модерно потрошувачко и пазарно-ориентирано занаетчиство. Подобрениот имиџ на занаетчиството ќе биде согледан и дома во рамките на Македонија и на меѓународно ниво. Во рамките на Македонија младите луѓе ќе видат можност за градење кариера во занаетчиството како економски одржлива и високо атрактивна индустрија, овозможувајќи подобар живот и обезбедувајќи лична сатисфакција и добра заработувачка. Занаетчиите и нивните активности ќе продолжат да се слават на национално ниво преку промотивни настани како што е „Занаетчија на годината”, „Денови на занаетчиството”, итн. Овие настани ќе ја подигнат свеста за тоа како занаетчиите претприемачи стануваат поконкурентни на домашниот и меѓународните пазари.

Со цел да се подобри и прошири меѓународниот имиџ на занаетчиството, клучен дел од стратегијата за занаетчиство се однесува на промовирање на визијата за иновативно и претприемачко занаетчиство на меѓународно ниво. Меѓународните промотивни активности ќе ги потенцираат најквалитетните автентични производи и услуги кои можат да бидат искусени (на пазарот за туризам) и испорачани (на специфични индустриски и потрошувачки пазари). Меѓународните промотивни активности можат да влијаат на дијаспората, која може да служи како пазар за тестирање и иницирање на промотивни активности на занаетчиството. Успешни жители од дијаспората може да бидат поканети да учествуваат на меѓународните промотивни активности.

## 2.1 СВОТ анализа

СВОТ анализата е направена врз основа на сеопфатно истражување и бројни интревјуа, разговори и работни состаноци со клучните чинители во земјата. Таа ги анализира предностите, слабостите, можностите и заканите за развојот на занаетчиството и тоа за двата стратешки пазари: (1) кон модерниот потрошувач и индустријализираните пазари и (2) пазарите за автентичен културен туризам, и тоа анализирајќи ги нивните специфични предизвици и можности се со цел да бидат идентификувани и третирани од страна на сите занатечиски дејности

СВОТ за занаетчиството ориентирано кон модерниот потрошувач и индустријализираните пазари

|  |  |
| --- | --- |
| **Предности** | **Слабости** |
| • Долготрајна традиција на високо квалитетно занаетчиство во Македонија • Флексибилност и агилност од страна на помалите занаетчиски бизниси за адаптација на променливите пазарни услови • Институционална поддршка од страна на националната и регионалните занаетчиски комори  • Достапност на техничка помош и поддршка на занаетчиството од странски комори и меѓународни донатори • Формалниот образовен систем нуди стручно образование и модули за занаетчиска обука за ученици •Практична настава за студентите занаетчии како дел од формалниот образовен систем • Закон во сила со кој се уредува работата и активностите на занаетчиите | • Ограниченo користење на модерни објекти, опрема и стандарди во занаетчиските активности • Ограничен пристап до модерна иновација и дизајн вештини и техники меѓу занаетчиите • Несовпаѓање помеѓу обуката понудена од страна на занаетчиските комори и потребите на занаетчискиот сектор • Недоволен капацитет на регионалните комори за опслужување на локалните занаетчии • Ограничен фокус и пристап до информации за глобалните пазари и високо-технолошки производи и услуги • Ограничена употреба на алатки за електронска трговија и електронско банкарство   • Ограничени бизнис вештини и искуства меѓу занаетчиите • Ограничена политичка и буџетска поддршка за занаетчиството •Правни и бирократски пречки за увоз / извоз • Занаетчиите се правно одговорни со личните средства |
| **Можности** | **Закани** |
| • Развој на меѓународни партнерства со дијаспората  и стратегиски сојузи за размена на пазари и технологии • Еко фокусот ја отвора вратата за нови специјализирани производи • Организација на настани за подигнување на свеста и за промоција на занаетчиите • Зајакнување на иновациите и конкурентноста на занаетчиските производи / услуги • Зајакнување на платформата за извоз на  занаетчиските производи /услуги • Развој на нови техники и вештини за развој на нови производи и услуги со додадена вредност   • Зголемување на нивото на бизнис вештини на занаетчиите претприемачи • Подобрување на врските меѓу  занаетчиските комори и асоцијации низ светот • Растот на начини за ширење на информации (на пример: веб портал за занаетчиски производи / услуги, занаетчиски билтен) | • Ниска цена на увезените производи се заканува на  локалните занаетчиски производители • Ниска свест за занаетчиите во јавноста • Ограничен интерес од страна на помладата генерација да се вклучат во занаетчиските активности • Нови занаети со висока додадена вредност не се наведени во занаетчискиот регистар • Нелегална конкуренција • Моментално мала владина поддршка за развој на занаетчиството • Ниско ниво на свест и прифаќање на трансферот на знаење и искуство што им се нудат на занаетчиите |

Современите индустриски пазари и пазарите на модерниот потрошувач имаат потреба од унапредување на ефикасноста на трошоците и потреба од иновации. Предностите на малите занатечиски производители се во нивната флексибилност и способност за брзо реагирање кон променети на потребите на купувачите и корисниците на нивните производи. На занаетчиските бизниси во Македонија воглавно им недостига софистицираност и бавно прифаќање на модерната технологија, опрема и стандарди. Како и да е постојниот ограничен пристап на занаетчиите до модерни иновации и техники и вештини за дизајн, може да преставува можност за повеќето занаетчии да се истакнат во овие области, откако овој предизвик ќе биде идентификуван и третиран од страна на Владата и институциите за поддршка на бизнисот преку интензивна поддршка на развојот на занатечискиот сектор, Исто така предности има и на полето на е-трговијата како и на полето на соработката и вмрежувањето дома и надвор.

**СВОТ за занаетчиство ориентирано кон пазарите за автентичен културен туризам**

|  |  |
| --- | --- |
| **Предности** | **Слабости** |
| • Долга традиција во производство на автентични занаетчиски производи   • Одлични туристички атракции и потенцијали за развој на туристички дестинации • Развој на специјализирани пазари • Институционална поддршка од страна на националната и регионалните занаетчиски комори • Достапност на техничка помош и поддршка на занаетчиството од странски комори и меѓународни донатори • Организирање на разни настани за подигање на свеста за промовирање на занаетчиите • Формалниот образовен систем нуди стручно образование и модули за занаетчиска обука за ученици •Практична настава за учениците занаетчии како дел од формалниот образовен систем • Закон во сила со кој се уредува работата и активностите на занаетчиите | • Релативно мали број на странски туристи кои доаѓаат во Македонија • Ограничени можности за промоција на пазарите за меѓународен туризам • Ограничен број на добро етаблирани туристички дестинации • Минимални иновации во дизајнот и производството на занаетчиски производи • Ниски приходи и ограничен интерес за традиционалните ракотворби меѓу домашните туристи • Ограничена употреба на електронска трговија за пристап до светските пазари • Правната одговорност на занатечиите се обезбедува со нивните лични средства • Ограничени капацитети на регионалните комори за помош на локалните занаети • Ниска свест на креаторите на политика за важноста на овој сектор • Ограничена поддршка за занаетчиите преку политиките и буџетот • Ограничени вештини и искуство меѓу занаетчиите во служење на културниот туризам   • Законските ограничувања за увоз на репроматеријали |
| **Можности** | **Закани** |
| • Позитивни трендови / раст на светските пазари за културниот туризам • Пазари на дијаспората за извоз на автентичните занаетчиски производи • Воспоставување на модерен веб-портал за  занаетчиските производи / услуги • Употреба на автентични занаетчиски  производи  како официјални подароци на амбасадите и други  претставништва на Македонија во странство   • Зајакнување на врските со други занаетчиски здруженија во светот • Потенцијална соработка со поголемите индустриски капацитети и лиценцираните туроператори и агенции • Веродостоен знак на квалитет може да ја подобри довербата на потрошувачите во занаетчиите • Потенцијал за спојување со културниот туризам  и други креативни индустрии | • Зголемување на увозот на поевтини ракотворби (на пример од Кина) • Занаетчии кои стануваат продавачи на увезени занаетчиски производи • Ограничен интерес од страна на помладата генерација да се вклучат во занаетчиските активности • Ниска свест за занаетчиството во јавноста  • Ниска свест меѓу занаетчиите и ракотворците за придобивките од културниот туризам • Занаетчии од областа автентичен туризам не се вклучени во други стратешки документи, на пример Стратегијата за туризам  • Ограничени сфаќања за потребите, барањата и очекувањата на туристите  • Занаетчиите и регионалните занаетчиски комори не воспоставиле соработка со туроператорите и националните агенции за промоција на туризмот  • Нелегална конкуренција • Моментално слаба владина поддршка за развој на занаетчиството |

Некои знатечиски дејности во Македонија иммаат долга традиција како и значајни културни, социолошки и историски вредности. СВОТ анализата покажува дека ваквите дејности може да ги истражат можностите кај растечките пазари за културен туризам во светски рамки. Како и да е, развивањето на атрактивна туристичка дестинација која треба да го комбинира автентичен туристички производ со добра снабденост на организирани туристички услуги и маркетинг, се уште претставува слабост и треба да биде поефективно третирана од страна на организациите за тренинг и обука и од страна на институциите за поддршка на занаетчиството и туризмот.

## 2.2 Елементи на стратегијата за занаетчиството

Со цел да се оствари зацртаната визија  и во иднина да се има просперитетен, иновативен и динамичен занаетчиски сектор, стратегијата за занаетчиството има две главни пазарни ориентации:

1. Модерен потрошувачки/индустриски пазар - подобрување на квалитетот и ефикасностa на трошоците на занаетчиството преку интегрирање на знаењето и создавање на  производи и услуги со поголема додадена вредност.

2. Пазар за автентичен, културен туризам - координирање на специфичните занаетчиски деловни активности во туризмот.

Овие два пазара ќе продолжат да бидат најважните ориентации на занаетчиските бизниси и претприемачи, и тие ќе бидат предводници на трансформацијата на занаетчиството. Туризмот се развива на меѓународно, национално и локално ниво, и во Македонија  нуди пазар со голем потенцијал за традиционалните занаетчиски бизниси, вклучувајќи ги ракотворците, златарите, производителите на храна и угостителските, пекарските, спортските и културните работници и други традиционални занаетчии од производителите на обувки и кожа па сè до ковачите.

Слично на тоа, интеграцијата во современите потрошувачки и индустриски пазари е од витално значење за мнозинството занаетчиски активности.

Занаетчиските бизниси постојано мора да го надградуваат квалитетот и ефикасноста на трошоците на постојните производи, производствени процеси и услуги, како и да пронаоѓаат и создаваат нови производи со цел ефикасно да се натпреваруваат на локалните и на меѓународните пазари.

Стратегиите за занаетчиството се дефинираат во согласност со овие две клучни стратешки пазарни ориентации кои се прикажани во следната табела и во делот што следи подолу.

|  |  |
| --- | --- |
| **Стратешки насоки** | |
| **А. Модерен потрошувачки/индустриски пазар**  *Унапредување на квалитетот и ефикасноста на трошоците на занаетчиството преку интегрирање на знаење и создавање производи/услуги со повисока вредност .* | **Б. Пазар за автентичен културен туризам**  *Усогласување на производите/услугите на занаетчиските бизниси со изворите кои ветуваат најмногу приходи (туризмот).* |
| **Занаетчиски бизниси** | |
| Лични и други услуги (фризери, оптичари, козметичари, хемиско чистење, фотографи, цвеќари)  Дрво, мебел, метал, пластика, текстил, чевли, електрика, градба | Ракотворци, златари, угостители, пекари, производители на накит и сувенири, охридски бисер, филиграни, традиционални и уметнички занаети и други |
| **Стратешки цели** | |
| **1. Подобрување на квалитетот на производите/услугите и процесите** | **1. Подобрување на квалитетот на производите/услугите** |
| **2. Подобрување на ефикасноста на трошоците** и зголемување на учеството на знаењето во вкупните трошоци на производството  -Воведување нови материјали и технологии, како и методи на производство | **2. Создавање атрактивна дестинација –** Развивање заеднички „производи“ кои ги комбинираат занаетчиските производи/услуги со цел понуда за туристите која содржи автентично „искуство”. |
| **3. Подобрување на пристапот до пазарите на производите и услугите**  - Учество на саеми  - Развивање мрежи и стратешки партнерства во земјата и странство | **3. Подобрување на пристапот до пазарот**:  зголемување на разбирањето за потребите /барањата/очекувањата на туристите; поврзување со туроператорите и националните агенции за промоција на туризмот. |
| **4. Развивање пазарни комуникациски алатки**  **-** веб страни, е-бизнис | **4. Развивање пазарни комуникациски алатки**  - (пр. промотивни материјали, веб страни, медиумско покривање) |
| **5. Поддршка на стручното образование во две насоки (теоретско/практично)**  - Техничка обука со специјалисти  - Меѓународна размена и студиски посети | **5. Развивање вештини за човечки ресурси во туризмот** (вклучувајќи јазици, гостопримствo туристички менаџмент, вештини за соработка, меѓународни студиски престои) |
| **6. Подобрување на пристапот до финансии**  - Подобрување на пристапот до финансии за финансирање на материјални трошоци и инвестиции. | **6. Подобрување на пристапот до финансии:** организирање на обуки за занаетчиите во соработка со банките, за полесно добивање кредити, понуда на кредити со поволни каматни стапки |
| **7. Промовирање занаетчиско вмрежување и зајакнување на мрежата на занаетчиските комори** | **7. Подобрување на пристапот до грантови** (национални или ЕУ тендери) |
| **8. Подобрување на бизнис климата за занаетчиите и претприемачите на полето на оданочувањето и администрацијата** | |

## 2.3 Модерен потрошувачки / индустриски пазар

Со цел занаетчиството ефективно да се натпреварува на модерните потрошувачки и индустриски пазари, квалитетот и ефикасноста на трошоците на занаетчиството мора радикално да се подобри со интегрирање на знаењето и креирање на производи и услуги со поголема додадена вредност. Идентификувани се следниве стратегии:

### 2.3.1 Подобрување на квалитетот на производите / услугите и процесите

Со цел да се натпреварува на модерните потрошувачки и индустриски пазари, во земјата и странство, македонската занаетчиска индустрија мора да има систем за поддршка на постојано унапредување, надградување и воведување на иновации во квалитетот на своите производи, услуги и производни процеси и тоа во целиот еко-систем на занаетчиството, од раното образование, преку стручното образование и тренинг, во занаетчиските комори и асоцијациите за поддршка на занаетчиските бизниси и универзитетите.

Нова важна активност што ќе го подобри квалитетот на производите е основање на „Центар за занаетчиски дизајн и иновации“, кој ќе ги третира иновациите, дизајнот и модата. Центарот за занаетчиски дизајн и иновации ќе овозможи раст на занаетчиството и комерцијално зајакнување, пренесувајќи го неговиот уникатен идентитет и стимулирајќи квалитетен дизајн, иновација и конкурентност. Центарот за занаетчиски дизајн и иновации ќе нуди практични обуки, решенија за дизајн, презентации и ќе воведе нови материјали и технологии и други услуги за зголемување на примената на иновациите. Центарот исто така ќе биде вклучен во истражување и документација на обемниот и комплексен свет на занаетчиството. Овие активности ќе помогнат да еволуира интелектуалниот капитал на центарот, за формирање на банки на знаење, истражување на релевантни прашања и иновации.

Со цел да се издигне квалитетот на занаетчиските производи и производните процеси, потребно е спроведување на обуки и програми од почетни нивоа за занаетчиите, претприемачите и невладините организации. Овие програми треба да бидат мултидисциплинарни во својот пристап и да бидат дизајнирани да им помогнат и да го зголемат капацитетот не само на занаетчиите, туку и на агенциите кои работат за развој на занаетчиството и негова промоција, како и да создадат платформа за взаемно влијание на учениците и занаетчиската заедница.

### 2.3.2 Подобрување на ефикасностa на трошоците и зголемување на уделот на знаењето во вкупната цена на производството

Подобрувањето на ефикасноста на трошоците и зголемување на уделот на знаењето во вкупната цена на производството како средство за развивање на нови производи со поголема додадена вредност, претставува камен темелник во стратегијата за развивање на занаетчиството и микро-претпријатијата. Многу занаетчиски сектори се преориентираат од производи за масовна употреба кон иновативни дизајнерски производи со поголема додадена вредност. Има голема потреба од развој на прототипи на нови производи, кои се развиваат во соработка со тимови составени од различни професии, занаетчии, архитекти, дизајнери и други експерти, кои се поддржани со големи промотивни маркетинг кампањи. Центарот за занаетчиски дизајн и иновации игра значителна улога во овој обид да се оствари горенаведеното.

Следниве стратегии ќе ја подобрат ефикасноста на трошоците и ќе го зголемат уделот на знаењето:

1. *Идентификување на занаетчиските сектори со технолошки и пазарен потенцијал;*
2. *Дефинирање на повеќе нови занаетчиски производи кои имаат потенцијал за успех на пазарот и бројни нови брендови;*
3. *Развивање на база на податоци за занаетчии која ќе биде достапна на интернет со цел подобрување на понатамошната комуникација и соработка;*
4. *Подобрување на соработката во изработка на производите со додадена вредност помеѓу занаетот, висококвалитетниот дизајн и носителите на знаење;*
5. *Примена на нови материјали и технологии и производни методи;*
6. *Развивање на прототипи на производи со размена на знаење за нови технологии;*
7. *Здружување за вршење заеднички набавки и маркетинг активности со цел намалување на трошоците на материјалите и други влезни елементи, како и на маркетингот;*
8. *Стремење кон енергетска ефикасност и „зелени“ производи за намалување на трошоците и добивање на маркетинг вредност преку промовирање на занаетчиството како еколошки и социјално одговорни;*
9. *Редовно надгледување на проектните активности и постојано подобрување.*

### 2.3.3 Подобрување на пристапот до пазарот на производите и услугите

Има повеќе стратегии за подобрување на пристапот до пазарите за занаетчиството.

1. *Подобрување на имиџот на занаетот*. Од исклучителна важност е занаетчиите да создадат нов имиџ за занаетчиската индустрија – кој ќе ја прикаже новата виталност, талент и креативност што ќе го воздигне занаетчиството во Македонија. Меѓународните промотивни кампањи за занаетчиство мора да промовираат кохерентна порака до домашната и меѓународната јавност за Македонија како бизнис и туристичка дестинација каде може да се искусат и набават автентични производи и услуги со врвен квалитет.
2. *Развивање на мрежа и стратешки партнерства во земјата и странство*. Со воспоставување на маркетинг мрежи и брендови, занаетчиите ќе добијат национална и локална препознатливост, која обезбедува подобар пристап до нови потрошувачи. Треба да се создадат меѓугранични и други меѓународни партнерства бидејќи тие создаваат поголема препознатливост и создаваат начини не само за подобрување на маркетингот туку и за подобрување на производите и услугите. Стратешкото партнерство помеѓу Македонија и Занаетчиската комора од Кобленц е позитивен пример, посебно за подобрување на системот на комори, обуки и развој на производи. Може да се креираат и други стратешки сојузи за да се прошири пристапот до пазари.
3. *Користење на знаењето за влез на надворешни пазари од искусни претприемачи.* Поддршка на занаетчиите за развој на нивните производи и влез во нови пазари користејќи трансфер на технологии од селектирани искусни предавачи кои ги познаваат пазарите и операциите во меѓународната трговија. Овие контакти може да се договорат преку коморите за занаетчиство и стопанство. Овие предавачи може да помогнат на постојните и потенцијални занаетчиски извозници да ја пребродат психолошката бариера и недостатокот на знаење за влез во надворешни пазари.
4. *Поддршка на интернационализацијата на занаетчиството во Македонија.* Занаетчиската комора на Р. Македонија треба да биде ефективен партнер во интернационализацијата на занаетчиството. Нејзината улога е да соработува во подготовката на добро планирани програми за интернационализација, решавајќи го со тоа проблемот на ограничениот капацитет на занаетчиските комори и во исто време, да посвети поголемо внимание на извозните потенцијали на селектирани занаети.

### 2.3.4 Развој на пазарни комуникациски алатки

Занаетчиите и бизнисите можат да имаат придобивки ако научат како да го користат интернетот – веб страни и е-трговијата (електронско плаќање) – за информативни и маркетинг цели. Интернетот нуди можности за зголемување на бројот на крајни корисници и посредници, за наоѓање на повеќе и подобри набавувачи, како и подобрување на корисничките услуги и намалувањето на трошоците поврзани за овие активности. Интернет базите со занаетчиски производители можат исто да помогнат во промоцијата на занаетчиството и нивните производи во Македонија, посебно во областа на градежништвото, дрвната индустрија, рачно изработените производи, машинеријата, електрониката, текстилот, пекарите и друго. Основен елемент на експанзијата на интернетот е запознавањето и обуките. Обуките, презентациите со примери за успешна примена на интернетот и консултации за решавање на конкретните проблеми се најзначајни за подигање на интересот на занаетчиите, за е-бизнис и совладување на „стравот од нови технологии“. Такви иницијативи може да дојдат од приватниот сектор, или да бидат предводени од владата и истите би помогнале на занаетчиите, а најмногу на оние кои имаат потенцијал за извоз, бидејќи повеќето од нив немаат многу пристап и информации за предностите што ги нуди интернетот за отворање на нови продажни канали.

### 2.3.5 Ревитализација на стручниот образовен систем и поддршка за дуално стручно образование и обука - теорија и пракса

Еден од столбовите за успех на македонската занаетчиска стратегија е подобрувањето на стручното образование и обука (СОО) за занаетчии. СОО програмите за занаетчии треба да ги наградуваат иновативните лидери и да овозможуваат обновливи процеси во рамките на програмите за СОО кога станува збор за креативноста, иновативноста и ефективноста за занаетчиството да стане модерно и атрактивно. Во последните години на младите луѓе им недостасува поттик за учење на занаетчиските вештини и истите да влезат во светот на занаетчиството и поради тоа се одлучуваат за попопуларни области, како што се право, бизнис администрација, медицина и сл. Тоа се случува поради тоа што СОО не обезбедува динамична и атрактивна околина за учење на занаетите, барем не доволно за да го задржи интересот на повеќето студенти.

Постојат различни подстратегии за подобрување на програмите за СОО што ќе ги привлечат и подготват учениците и возрасните за вклучување во конкретни занаетчиски дејности (златари, ковачи, пекари, готвачи, електричари, механичари, фризери, итн). Тие се разликуваат од тие кои студираат општествени науки, зашто СОО содржи повеќе рачни и практични вештини.

Клучни области за подобрување на претприемничкото образование во СОО вклучуваат:

1. *Развивање на систем на наградување за иновативните лидери во СОО.*
2. *Подобрување на квалитетот на програмата,* преку обезбедување на добро дефинирани цели и мерки за успех, програми базирани на искуство и работа на практични проекти, тимска работа, решавање на проблеми; програма адаптирана за специфични потреби; програма која има визија за школското опкружување (размена на искуства со други училишта, други технички специјалности); поврзување со вистински претприемачки и работни можности (учениците се следат и по завршување со програмата и се упатуваат кон вистинските програми за поддршка и започнување на свој бизнис).
3. *Развивање на односи со занаетчиите, нивните бизниси* и општините заради осигурување дека претприемачите се вклучени во процесот на учење.
4. *Проширување на врските со реалните ситуации од животот* преку организирање на активности надвор од редовните часови (доплнителни настани, студиски посети, организирање на натпревари, итн).
5. *Подигање на нивото на квалификациите на учителите,* барајќи од нив соодветни квалификации за претприемништво и други конкретни занаетчиски квалификации и современи знаења за сите достигнувања, иновации, материјали и слично.

Досега инволвираните страни вклучени во занаетчиството имаат доста научено од добрите пракси во Кобленц. Стратегиите кои произлегуваат од клучните лекции научени од Занаетчиската комора Кобленц се:

1. Материјалот за обука треба да соодветствува со барањата на занаетчиите;
2. Методите за обука треба да ги постават темелите за доживотно самомотивирачко учење;
3. Обуките треба да ги подготват слушателите брзо да се интегрираат во занаетчиските процеси;
4. Подолготрајните обуки треба да се организираат така што нема да го нарушат деловниот процес;
5. Треба да се обезбедат обуки за способности и вештини што занаетчиите до сега ги немале;
6. Зајакнување на техничката обука за занаетчиите со специјалисти.

*Собирање и промовирање на успешни примери меѓу занаетчиите –* Со цел да се подобри имиџот на занаетчиите, Македонија треба да работи поинтензивно на идентификација на бизнис лидери со високи морални стандарди, лидери кои ќе бидат примери за младите ученици и претприемачи.

*Зголемување на меѓународната размена и студиски посети –* Оваа стратегија претставува една од најефективните за брзо учење на занаетчиите, како занаетчиските индустрии во другите држави успеваат и во обединување на традицијата со модерните технологии.

Системот за СОО во Македонија треба да обезбеди практично искуство за студентите за потполно разбирање на материјалите, технологиите, вештините и концептите, заедно со изучувањето на македонската култура. Студентите мора да го запознаат целокупниот систем на занаетчиството и да се охрабрат да ги разберат аспектите на нивната заедница, како и индустријата. Занаетчискиот дизајн, технологија, управување и претприемнички вештини мора да станат основа на која тие ќе ги изградат нивните кариери.

### 2.3.6 Подобрување на пристапот до финансии, грантови и субвенционирани каматни стапки

За да се направи транзицијата кон занаетчиски производи со висока додадена вредност и производни процеси, мора да се подобри пристапот до финансии за финансирање на материјалните трошоци и инвестициите од страна на занаетчиите. Потребни се повеќе стратегии за да се подобри пристапот до финансии за занаетчиите кои сакаат да започнат бизнис или да го прошират бизнисот за потребите на модерниот индустриски и потрошувачки пазар, вклучувајќи:

* *Зголемена финансиска поддршка и понуда на субвенционирани каматни стапки за оние што сакаат да почнат со извоз или за примена на технологија.* Треба да биде обезбедена поддршка од државата (субвенционирани каматни стапки) за оние што сакаат да започнат со извоз или да применат нова технологија со цел надминување на финансиските ограничувања за влез на нови пазари, што е една од поголемите пречки за интернационализација на повеќето занаетчиски бизниси, микро и мали претпријатија низ светот.
* *Грантови за почетен извоз и примена на технологија*. Немањето други финансиски опции во Македонија може да се замени со обезбедување на грантови од страна на државата за почетен извоз и нови примени на технологии, кои ќе ги зголемат нивните шанси за проширување на бизнисот во странство или за примена на нови технологии. Тоа ќе биде и добар пример за другите претприемачи кои чувствуваат одбивност кон извозот или кои страдаат поради ограничени финансиски средства.
* *Подобрување на спремноста за инвестиции на занаетчиите.*
* *Поддршка за занаетчиите заради подобрување на внатрешното финансирање –* Многу занаети го финансираат својот развој со внатрешни финансиски извори. Слабото менаџирање со готовинските текови и капиталот за тековно работење се клучни проблеми во работењето на многу бизниси. Треба да се развијат програми за да им се помогне на претприемачите да ги подобрат своите вештини за раководење со финансиите.
* *Лесен пристап до мрежата за грантови за занаетчиите.*
* *Соработка помеѓу комората и банките со цел поддршка на банките за да се изнајдат начини за подобрување на кредитирањето без хипотеки на малите растечки занаетчиски бизниси.*
* *Подобрување и проширување на програмите за гаранции за заеми на занаетчиите*

### 2.3.7 Промоција на поврзувањето на занаетчиите и зајакнување на мрежата на занаетчиски комори

Промовирањето на мрежите и социјалното поврзување помеѓу занаетчиите има бројни предности, како: подобрување на иновативноста и развојот на производи, распределба на трошоците, креативно размислување, развивање на деловни вештини, мотивација и преданост. Практиката на промовирање на поврзувањето им дава повеќе слобода и моќ на занаетчиите преку стимулирање на нивната креативност и претприемачки дух кое води до заедничка цел: градење на компетенции и подобрување на имиџот на занаетчиството во Македонија.

1. *Зајакнување на мрежата на занаетчиските комори* – Републичката занаетчиска комора и нејзината мрежа на регионални комори треба постојано да ги подобруваат нивните капацитети за подобрување на условите за водење занаетчиски бизнис и микро-претпријатија и за давање подобри мерки за поддршка на занаетчиите и претприемачите. Тие треба да се фокусираат на подобрување на конкурентноста, зачувување на традицијата и особеноста на занаетчиството. Со тоа, инвестицијата во професионалното знаење ќе стане профитабилна за членовите како и за нивните клиенти и за целото општество. Главната задача на коморите е да го поддржат занаетчиството да стане поконкурентно во земјата и странство. Духот на коморите е единствен за занаетчиите и претприемачите и се однесува на обезбедување на квалитетни услуги за своите членки базирано на искуството и традицијата од стотици години здружено работење.
2. *Поддршка за кластер-ориентирани занаетчиски ресурсни центри –* За да се зголеми виталноста на занаетчиските подсектори, да се забрза нивната конкурентност и да се подобри поврзувањето меѓу традиционалните занаетчии, модерната технологија и знаењето и иднината – талентите од помладата генерација, занаетчиската комора треба да создаде мрежи помеѓу занаетчиските дејности, универзитетите и занаетчиските образовни центри. Кластер-ориентираните занаетчиски центри се проактивен начин на организирање сектори во системот на занаетчиски комори. Креирањето на овие ресурсни центри ќе има значителна улога, не само на полето на развој на нови производи и дизајн, туку и во дефинирањето на иновативно-комуникациската стратегија и градењето на социјалниот капитал за занаетчиството.

### 2.3.8 Подобрување на деловната клима за занаетчиите и претприемачите во областа на оданочувањето и администрацијата

Занаетчиите и малите бизниси имаат потреба од ослободување од даночните и административните ограничувања. Треба да биде разгледана комбинацијата на следниве стратегии:

* 1. Да се вгради принципот на „размислувај прво како мал“ во сите нови политики кои што се однесуваат на бизнисот;
  2. Систематско оценување на конкретното влијание од новите правила за малите бизниси, вклучувајќи и оценка на конкретните опции за малите бизниси во оценувањето на влијанието;
  3. Поедноставување и подобрување на регулаторното опкружување;
  4. Даночни ослободувања за малите бизниси кога е можно. Да се користат делумни или временски ослободувања во случаи кога целосното ослободување е во спротивност со целта на регулативата. Конкретни даночни ослободувања треба да се воспостават за инвестиции во нови технологии како и инвестиции во нови производи и развој на пазари.
  5. Поедноставување на регулаторните обврски за малите бизниси.
  6. Соодветна временска рамка за прилагодување на малите бизниси на новата регулатива.
  7. Изготвување јасни информации специјално изготвени за малите претпријатија.
  8. Координирање и насочување на административните активности (на пр. ревизија) и барање информации.
  9. Воспоставување на едношалтерски систем за специфични/регулаторни обврски.
  10. Да се даде можност бизнисите да комуницираат со Владата и електронски да ги подмируваат своите обврски.
  11. Да се разгледаат можности за намалување на таксите, забрзување на услугите и слични форми на привилегиран третман на малите претпријатија.

## 2.4 Пазар на автентичен културен туризам

Оваа глава ги презентира стратегиите за усогласување на занаетчиските производи и услуги со изворите на приходи кои најмногу ветуваат, особено автентичниот културен туризам. Според меѓународните трендови во туризмот, пазарот на културен туризам покажува релативно висок пораст и туристите сè повеќе и повеќе ги ценат автентичните туристички дестинации.

|  |
| --- |
| **Пазар на културниот туризам – нови трендови**  **Креативен туризам** — Со големиот раст на услужната економија се бележи значителен пораст на понудата во креативниот туризам низ целиот свет. Туристите не се веќе задоволни само со разгледување на културни наследства и манифестации – тие сакаат да учествуваат во креирањето или развојот на локалните култури. Програмите за патување вклучуваат часови за ткаење на тепих, боење на керамика, или волонтирање во археолошки активности кои се сè побарани.  **Одговорни и еко-свесни туристи —** Укажувања за културните наследства и уништување на природата околу местата со културни наследства, ќе има големо влијание на одговорните туристи. Свесноста и промената на односот ќе го измени изборот на дестинации со културни атракции кои не се деструктивни, еколошки прифатливи и се одговорни кон локалните култури.  **Верски патувања** — Верските патувања продолжуваат да бидат важни. Патувањата поврзани со стари пагански култови, посветени на различни божества, ќе бидат нов тренд на многу нови дестинации и ќе станат значителен дел од верскиот туризам.  **Вински туризам** — Се очекува повеќе патувања кон скриените локални винарии во САД и Јужна Европа, вклучувајќи и нови дестинации. Органски и еко-одговорни, локалните произведувачи на вино ќе придонесат за зголемување на бројот на културни туристи. Винариите со богата историја, со приказна зад себе, комбинирано со понуда на антиквитети, импресивна локална култура, занаети и уметност ќе ги привлечат културните туристи кои сакаат да откриваат нови места. Најверојатно, подобар прекуокеански маркетинг ќе привлече повеќе туристи на европските вински патишта, покрај веќе познатите во Франција, Шпанија и Италија, да се опфатат и лулките на виното: Бугарија, Грција, Грузија и Македонија. |

### 2.4.1 Подобрување на квалитетот на производите и услугите

Поради зголемувањето на софистицираната побарувачка на меѓународните туристи, занаетчиството мора да го сочува традиционалниот квалитет на рачната изработка, накит, облека, храна и други туристички производи, како и да креира нови производи и услуги за туристите. Значајни примери за висок квалитет и иновативни традиционални занаетчиски производи за туристите ги вклучуваат рубинот и златото.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Рубин** |  |  | **Злато**  **Подарок - реплика од маска** |

Рубинот во Македонија е развиен и брендиран како уникатен нов производ и во комбинација со филигранството се создава фасцинантен уникатен производ. Изработувачите на накит се иновативни на повеќе начини во презентацијата на рубинот како претставителен национален подарок што може да се подари на истакнати странски посетители како уникатно богатство и служи како симбол на македонската мината, сегашна и идна слава. Слично на тоа, златарите прават реплики на златните маски.

Квалитетот на занаетчиските производи може да се подобри со преземање иницијатива во клучни области, како:

* Воспоставување на програма за сертификација на македонски занаетчиски автентичен квалитет и програма за обука и поддршка на занаетчиите и уметниците како да ги постигнат и одржат стандардите за квалитет.
* Јакнење на креативните вештини во дизајнот и работењето со дизајнот
* Подобрување на знаењето / пазарните информации; глобален поглед на тековната мода, дизајн на ентериер, дизајн на производи.
* Воведување на ефективни и достапни технолошки решенија за намалување на трошоците, оптимизација на работењето и креирање одржливост
* Поттикнување на истражувањето и развојот при развивање на производи и подобрување на достапноста на локалните основни суровини.
* Изнаоѓање методи за производство кои се одговорни спрема животната околината. Воведување на рециклирање, користење на фабрички отпад, шумски и земјоделски отпад.
* Фокусирањето на дизајн кој постојано ќе служи како еден од главните градбени блокови на занаетчиската индустрија.
* Создавањето банка за визуелен дизајн, која ќе им нуди на занаетчиите дизајн елементи од култура, културно наследство и животна средина. Ова ќе обезбеди корисна експертиза во дизајнирањето за занаетчиите кои немаат вештини за дизајн.

### 2.4.2 Креирање на атрактивни туристички дестинации и комбинирање со занаетчиски производи

Клучен стратешки двигател е соработката со цел развивање на туристички дестинации/производи кои ги комбинираат занаетчиските производи и услуги за да се понуди автентично „искуство“ за туристите. Туристите ширум светот бараат нови автентични културни искуства и производи.

Стратегијата вклучува поврзување на изработувачите на ракотворби и други туристички производи со операторите на клучни атракции, за да се направи специфична туристичка понуда и да се развие автентична „приказна“ која ќе ги привлекува туристите, туроператорите и туристичките агенции. На пример, градот Скопје има проект за изготвување на книга „Приказни за Скопје“. Овие приказни се состојките со „додадена вредност“ потребни за збогатување на „автентичното искуство” кое е многу барано од страна на туристите заинтересирани за „културен туризам“. Со оваа книга занаетчиите имаат можност да ги поврзат нивните производи со овие приказни и да развијат уникатна и традиционална приказна околу нивните производи. Стратегијата за занаетчиството е да се интегрира ова поврзување помеѓу производите, дестинациите и приказните – приказни и производи поврзани со природните и антропогените споменици, античкиот начин на живот, Византиската историска музика и наука, средновековниот пазар и историја, црковните пеења и традиции околу манастирите и светците – во атрактивни „занаетчиски туристички рути“. Овие патишта/патеки, производи и приказни се она што туристите го ценат и на кое се восхитуваат.

Ревитализацијата на старите чаршии и пазарите во градови и гратчиња и развој и ревитализација на занаетчиските дуќани се важна активност за создавање атрактивни дестинации полни со занаетчиски производи. Неодамнешната ревитализација на Старата Чаршија во Скопје е еден таков пример.

Други важни стратегии за поддршка на развојот на занаетчиството и туризмот се:

1. Развој на програма за сертификат на квалитет на „Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia “;
2. Развој на понудата на високо-квалитетни традиционални ракотворби на атрактивни и автентични културни локации; таканаречени „Локален занает во развој“ во одредени дестинации, Градски занаетчиски пазари „ Занаетчиски туристички рути“;
3. Спроведување на стандардизација на продавачите во туристичките локалитети за да се овозможи стандардизиран и очекуван квалитет од местата кои ги посетуваат туристите, како рестораните и другите снабдувачи со услуги, како и барања за занаетчиите да влезат во мрежата;
4. Одржливост на мрежата преку продажба во продавници/работилници кои нудат уникатно културно искуство за туристите.

### 2.4.3 Подобрување на пристапот до пазарот

Една од најважните стратегии е да се поддржат занаетчиите да пристапат до повеќе пазари. Многу занаетчии се фокусираат на правење производи со лимитирани информации за тоа што туристите и другите купувачи навистина сакаат и им треба. Затоа оваа стратегија вклучува зголемување на информираноста на занаетчиите за услугите за потрошувачите, потребите на туристите, побарувањата и очекувањата.

Македонската растечка мрежа на ракотворци кои произведуваат високо-квалитетни ракотворби базирани на културното наследство (филиграни, текстил, накит, ткаење и многу други) има потреба од континуирана поддршка за пласирање на своите производи на пазар. Организациите за поддршка, како Македонската ракотворна трговска асоцијација (МАТА) и други, треба да продолжат со нивната добра работа во подобрувањето на можностите за пристап на занаетчиите на постоечките и нови пазари.

Други важни стратегии за подобрувањето на пристапот на пазари за туристичко занаетчиство и бизниси вклучува:

1. Интензивна маркетинг и промотивна активност: вклучување на промотерите во занаетчиската мрежа;
2. Развој на брендови;
3. Интернет промоција со продавници за подароци;
4. Поврзување на занаетчиите со туроператори и национални, регионални и локални агенции за промоција на туризмот.

### 2.4.4 Развивање на алатки за пазарна комуникација

Занаетчиските бизниси треба да се рекламираат поефективно употребувајќи модерни алатки за пазарна комуникација. Различните квалитетни промотивни материјали, веб страни и покривање од медиумите треба да се прошират. Занаетчиските и туристички магазини треба да се развијат за клучните дестинации (Скопје, Охрид, итн.). Веб страните во кои е застапено занаетчиството мора да се развивијат и поврзат со главните туристички атракции. Слично на тоа, за занаетите за индустриските и модерните потрошувачки пазари мора да се развијат комуникациски алатки што ќе бидат поддршка за влез во нови пазари. Занаетчиските индустрии може многу поефективно да се натпреваруваат ако го користат интернетот, електронскиот начин на работење, социјалните мрежи и ако се интегрираат во информациски мрежи. Соработката во бизнисот, социјалните и информациските мрежи ја зајакнуваат конкурентноста на бизнисот, го прошируваат опсегот на пазарот, ја подобруваат иновативноста и овозможуваат интернационализација на бизнисот.

Електронската трговија може да игра клучна улога во развојот на занаетот и трговијата. Односите со потрошувачите се многу важни за занаетчиите, но традиционално се базирани на личен контакт. Меѓутоа, најуспешните претприемачи денес развиваат прилагодени, едноставни електрониски пракси на работење – во потрага по нови потрошувачи и пазари и во бележење на иновативни пракси во дизајн и производни процеси.

Интернетот нуди можности за зголемување на бројот на потрошувачи и комерцијални посредници, избор на повеќе и подобри набавувачи, како и подобрување на услугата и намалување на трошоците поврзани со сите овие функции. Електронските бази на податоци за занаетчиите кои ги нудат специјализираните бизнис асоцијации може да бидат од помош во промовирањето на занаетот и нивните производи во Македонија, особено во областа на градежништвото, дрвната индустрија, ракотворбите, машинеријата, електрониката, текстилот, пекарите и други.

Интегрален дел на експанзијата на интернетот и е-трговијата е подигањето на разбирањето на нивната важност и обуката. Односите со јавноста, обуките, презентациите за најдобрите во индустријата и консултантството се најважни со цел да се подигне интересот на занаетчиството за е-бизнисот и да се надмине стравот од технологијата. Такви иницијативи може да се покренат од приватниот сектор или Владата и тие ќе го помогнат занаетчиството, особено оние со потенцијал за извоз бидејќи повеќето од нив имаат ограничен пристап до информации за предностите што ги носат интернет решенијата за продажба како начин да се прошират каналите за продажба.

### 2.4.5 Развој на вештини за човечки ресурси во туризмот

За ефективно учество и придонес во развојот на туризмот, занаетчиите и бизнисите треба да развијат вештини кои што се важни во туризмот, како учење на јазици, угостителство, туристички менаџмент и вештини за соработка. Потребна е јавна кампања за подигање на свеста на занаетчиите за природните, културните и историските добра и атракции на национално, регионално и локално ниво. Центрите за обука треба да развијат програми специјално дизајнирани за подобрување на вештините во туризмот за занаетчиите. Треба да се организираат меѓународни студиски патувања за занаетчиите, за развивање вештини за човечките ресурси во туризмот.

### 2.4.6 Подобрување на пристапот до финансии, грантови и субвенционирани каматни стапки

Една од најважните стратегии за подобрување на пристапот до финансии за занаетчиите и бизнисите е давањето поддршка во развојот на подобри бизнис планови, особено во можностите поврзани со туризмот. Преку добивање помош при подготовка на подобри бизнис планови, занаетчиите ќе имаат подобра шанса за кредити. Услугите за развој на бизнисот треба да се прошират и ориентираат кон занаетчиите. Важно е исто така Владата да дава гаранции за заемите и делумно да ги субвенционира каматните стапки за занаетчиите.

Системот за идентификација и реакција на можности за програми и грантови за раст на занаетчиството и туризмот треба да се зајакне. Занаетчиите и претприемачите од туризмот треба да се поддржат при изработка и аплицирање на домашни и меѓугранични ЕУ тендери.

# 3. Акционен план за развој на занаетчиството

Акциониот план дава детален опис на проектите за поддршка на Стратегијата за развој на занаетчиството. Секоја активност е поврзана со институции одговорни за нејзината имплементација. Интензивирана соработка меѓу јавниот и приватниот сектор е основа за имплементацијата на Стратегијата. Акциониот план содржи проекти во три стратешки области: (а) бизнис околина подобна за развој на занаетчиството каде Владата и другите релевантни владини институции имаат клучна улога; (б) организации за деловна поддршка каде поддршката од Занаетчиската комора е најрелевантна; и (в) специфични стратешки проекти за подобрување на конкурентноста со практични проекти и конкретни ефекти за занаетчиите.

**Временска рамка –** активностите се организирани во две временски линии:

1. Краткорочни кои ќе бидат имплементирани во текот на следните 3 години (2012 - 2014 година) и
2. Среднорочни и долгорочни кои ќе следат по краткорочните и ќе бидат имплементирани помеѓу 2015 и 2020 година.

Се очекува вкупно 4.820.000 евра да се инвестираат за реализација на стратегијата и акциониот план со средства од државниот буџет и поддршка од меѓународни донатори за периодот од 2012 - 2020 година.

**Рамка за акционен план**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Област на стратешки прашања** | **Краткорочни цели**  **(2012 - 2014 година)** | **Средни / долгорочни цели**  **(2015 - 2020 година)** |
| 1. Бизнис средина погодна за раст на занаетчиството | 1.1 Подобрување на законската рамка и отстранување на административните бариери  1.2 Ревитализација на системот за стручно образование | 1.3 Проактивна владина поддршка на занаетчискиот сектор за унапредување на конкурентноста |
| 2. Организации за деловна поддршка – Поддршка од Комора на занаетчии | 2.1 Зајакнување на Занаетчиската комора на Р.М. – градење на капацитети за развој на занаетчиството  2.2 Поддршка/помагање на кластер-ориентирани те занаетчиски ресурсни центри | 2.3 Занаетчиската комора на Р. Македонија - проактивен партнер во интернационализација на занаетчиството |
| СТРАТЕШКИ АКТИВНОСТИ / ПРОЕКТИ ЗА ЗАЈАКНУВАЊЕ НА ЗАНАЕТЧИСКАТА КОНКУРЕНТНОСТ | | |
| 3. Маркетинг и промоција на занаетчиството | 3.1 Воведување на Програма за сертификација на квалитет  на „ Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia”  3.2 Вклучување на дијаспората во истражување на можности за развој на занаетчиството | 3.3 Спроведување на домашна и меѓународна кампања за зголемување на свеста и промоција на занаетчиството |
| 4. Развој на занаетчиските производи | 4.1 Развој на занаетчиски центар за дизајн и иновации  4.2 Развивање на „Локален занает во раст” на одредени локации (Скопска Чаршија, Охрид итн.), Градски занаетчиски пазари и „занаетчиски туристички рути”  4.3 Заштита на традиционалните занаетчиски дејности кои се во опасност од исчезнување  4.4 Воведување на е-трговија во занаетчиската понуда | 4.5 Усогласување на производите со меѓународните стандарди за квалитет за производи со висока додадена вредност и еко-сертификација |

## 3.1 Деловно опкружување погодно за раст на занаетчиството

### 3.1.1 Подобрување на правната рамка и отстранување на административните бариери

**Надлежни институции за имплементација:**

Координатор на проектот: Министерство за економија

Во партнерство со: Министерство за финансии, Министерство за правда, Министерство за образование и наука, Центар за стручно образование и обука, Центар за образование на возрасни, Агенција за вработување, Занаетчиска комора на Република Македонија.

**Временска рамка:**  24 месеци (2012 - 2014 година)

**Вовед во проектот** – Во моментов занаетчиството е регулирано со неколку закони: Закон за вршење на занаетчиска дејност од 2004 година и неговите измени од 2007 / 2010 година, Закон за трговски друштва, Закон за работни односи, и Закон за стручно образование. Законот за вршење на занаетчиска дејност ги дефинира занаетчиите како поединци регистрирани во Регистарот на занаетчии. Занаетчиската дејност може да се изведува од еден занаетчија или од компанија со ограничена одговорност под условите дефинирани во Законот за трговски друштва и Законот за вршење на занаетчиска дејност. Системот на комори кој се состои од Занаетчиската комора на Република Македонија и 14 регионални занаетчиски комори игра важна улога во развојот и поддршката на занаетчиството во Македонија. Постои потреба од подобрување на ефикасноста на организациите што ги подржуваат занаетчиските бизниси, што укажува на тоа дека е потребно зајакнување на занаетчиските комори. Занаетчиската комора на РМ треба да има координативна функција што ќе ја обедини и унифицира работата на регионалните комори во регистрациските процедури, потребите од стручни обуки, сертификација на занаетчиските мајстори, зајакнување на компетенциите на занаетчиите и други активности.

Други предизвици што остануваат се: Законот за стручно образование не е целосно имплементиран, членството во занаетчиските комори не се користи правилно, висок процент на сива економија, проблематично е и вработувањето на волонтери, студенти и работници на договор, даночната политика не ја стимулира развојната ориентација на занаетчиството.

**Проектни цели:**

1. Да се обезбеди фер конкуренција во занаетчиството и намалување на влијанието на сивата економија;
2. Поддршка на занаетчиството со развој на стимулативна даночна политика;
3. Подобрување на финансирањето на занаетчиските комори;
4. Градење на систем за стручно образование кое ќе даде обучен кадар конкурентен на домашниот и поширокиот регионален пазар;
5. Да се овозможи координативната функција на ЗКРМ (процедури на регистрација, потреби и квалификација за стручна обука).

**Очекувани резултати:**

* 1. Поголем број на занаетчиски бизниси кои работат согласно со законите кои се погодни за раст и развој на занаетчиството;
  2. Нови закони или измени и дополни на постоечките закони за даночни олеснувања за инвестиции во нови технологии, истражување и развој, стимулирајќи ги занаетчиите да инвестираат во сопствениот развој;
  3. Подобрени процедури за регистрација на занаетчиите, поедноставени процедури на регистрација, и воведување на регистрирање преку интернет;
  4. Подобрувања во законската рамка за да се овозможи вработување на волонтери, студенти, работници на договор кај занаетчиите и со тоа да се подобрат социјалните услови на невработените, студентите и други чувствителни социјални групи;
  5. Ефикасна имплементација на законите за стручно образование и обука што ќе придонесе за поголема обезбеденост на компаниите / занаетчиите со квалификуван кадар по завршување на формалното стручно образование;
  6. Подобра координација и комуникација помеѓу ЗКРМ и регионалните комори при имплементација на активностите за поддршка на занаетчиството.

**Активности:**

* + 1. Номинација на неколку меѓуинституционални работни подгрупи за специфични правни теми;
    2. Мапирање на постоечката правна рамка;
    3. Детален преглед на легислативата за намалување на уделот на сивата економија во БДП, анализа на правната рамка и ефикасноста на имплементацијата на релевантните закони;
    4. Подготовка на релевантни предлози за нови закони и подзаконски акти;
    5. Имплементација на дијалог помеѓу јавниот и приватниот сектор, со кој јавниот сектор, училиштата, коморите и занаетчиските бизниси заедно ќе работат во насока на усогласување на практичните потреби на занаетчиството со законската рамка;
    6. Усвојување на промени во релевантните закони за да се овозможи: (а) даночни олеснувања за инвестиции во технологијата, истражувањето и развојот, (б) повторно воведување на договор на дело; и (в) да се разгледаат повторно царинските давачки и даноци за злато и други репроматеријали
    7. Утврдување на сите релевантни функции за поддршка на занаетчиите во ЗКРМ, оптимизација на релевантните внатрешни процеси за подобрување на координативните активности на регионално ниво;
    8. Годишно презентирање на приоритетите на ЗКРМ, на претставниците на регионалните комори и на сите занаетчии како и утврдување на потребите на занаетчиите. Барањата на занаетчиите служат како основа за комуникација и преговарање за подобрување на сегашната легислатива.

**Очекуван буџет:** За имплементација на проектот: 80.000 евра

### 3.1.2 Ревитализација на системот за стручно образование

**Надлежни институции за имплементација:**

Координатор на проектот: Министерство за економија и Министерство за образование и наука

Во партнерство со: Министерство за образование и наука, Министерство за труд и социјална политика, Центар за стручно образование и обука, Центар за образование на возрасни, Агенција за вработување, ЗКРМ и регионалните комори во дијалог со приватниот сектор.

**Временска рамка:** 36 месеци (2012 - 2015 година)

**Вовед во проектот** – Македонија воведе дуален стручен систем кој се смета за најдобар за занаетчиско образование и обука. Сепак, неадекватниот едукативен систем се гледа како пречка за побрз развој на занаетчиството во Македонија.

Младите луѓе немаат мотивација да учат занает бидејќи ги сметаат за помалку атрактивни од другите „попопуларни“ занимања, како право, економија, бизнис администрација и медицина. Во моментов има голем број на иницијативи за подобрување на стручното образование во занаетчиството како што е петгодишната стратегија за стручно образование и обука, анализата за потребите на кадри во занаетчиството (заварувачи, електричари..), анализа на пазарот на труд. Покрај стручните училиштата, занаетчиските комори имаат важна улога во имплементацијата на стручното образование бидејќи тие се одговорни за трансферот на знаење и стекнувањето квалификации при образованието на возрасните. Согласно анкетата спроведена во 2009 година од страна на регионалните комори, произлегоа некои препораки за СОО. Постои потреба да се креираат соодветни услови за практична обука, да се креира регистар на обучувачи, да се воведат аспектите на СОО во основното образование, да се развие модел за испити, да се формираат испитни комисии и да се назначат советодавни тела во СОО за обучувачите. Мајсторската диплома останува еден од предизвиците кој што е во законот, но не е имплементиран.

Важен дел од идниот развој на стручното образование е практичното вклучување на занаетчиите во дел од наставните програми кои се однесуваат на одреден занает. Меѓународното искуство покажува дека занаетчиите во училниците имаат индивидуален и фокусиран пристап, креирајќи околина во која учениците може да ги следат нивните фасцинации со материјалите и да добијат доверба преку изработка и постигнувања. Ова го зголемува чувството на ученикот за самостојност и контрола кое може да има позитивно влијание на нивниот личен развој и напредување во училиштето. Учениците учат специфични занаетчиски вештини, стануваат повеќе свесни за потеклото и карактеристиките на материјалите, а и развиваат повеќе општи вештини како што е истрајност во решавањето на проблемите и да знаат дека работите „не секогаш одат како што треба“ но дека и од тоа искуство може да се научи. Ваквото ангажирање на занаетчиите во образовниот систем значително ќе го подобрат долгорочно имиџот на занаетчиите во Македонија.

Примарен фокус на СОО е да се одговори на сегашните и идните потреби на занаетчискиот сектор. Затоа, ревитализацијата на СОО во Македонија треба да донесе повеќе погодности во економијата, вклучувајќи поголемо вработување во занаетчиството, развој на иновативен и претприемнички млад кадар, мајстори и ученици што ќе придонесат со своите таленти, вештини и знаење во разните занаети да се зачува културното наследство на Македонија и да се стимулира развојот на модерното занаетчиство.

Извршното резиме од публикацијата на ОЕЦД од 2009 година, со наслов „Креирање на промена: Систематски иновации во СОО“ посочува дека „потребата да се реагира навремено на социо-економските промени со кои се соочуваат сите СОО системи во глобализираниот и полн со промени свет се чини дека ги создава најголемиот дел од систематските иновации“. Извештајот понатаму вели дека во повеќе примери е увидено дека иновациите се креираат во однос на околината на пронаоѓачот и од неговото знаење и верувања, или од потребата да се промени статус кво ситуацијата во одредена проблематика“.

Додека владата, едукациските и економските институции работат на креирање на модерен СОО систем во Македонија преку воспоставување на политичко водство, достапност на ресурсите и регулаторни механизми неопходни за здрав систем, се согледува итна потреба од иновации. Иновациите што можат да ги забрзаат промените во системот и да привлечат талент и ресурси во двата стратешки занаетчиски сектори во Македонија – автентичниот културен туризам и модерниот потрошувачки / индустријализиран пазар – значително ќе го ревитализираат и СОО.

**Проектни цели:**

1. Да се образоваат и поддржат обучувачите за промовирање и развој на занаетчиското образование и да се насочат кон потенцијалот на поврзување на занаетот со модерните индустриски/потрошувачки пазари и пазарот на културен туризам;
2. Во постојните наставни планови и програми да се предвиди промоција на занатaечиството заради подигање на свеста на учениците за значењето на занаетчиството, преку посета на занаетчии, за конкретни области кои се составен дел од наставните програми;
3. Да се креираат погодни услови во училиштата за имплементација на активностите соодветни на стручното образование, практичната обука и надградувањето;
4. Да се развијат партнерства со училиштата од основното, средното и високото образование и да се креираат врски помеѓу секој степен на образование како развојна патека за следната генерација на занаетчии;
5. Да се креира база на човечки ресурси, за потребите на регрутирање на обучувачи и наставници;
6. Да се развијат / адаптираат програми за полагање на мајсторски испити и номинирање на испитни комисии;
7. Да се промовира претприемништвото, иновациите и креативноста преку занаетчиското образование и обука во пошироката економија, вклучувајќи размена на обучувачи со туристичките професионалци и разни мајстори во уметноста;
8. Да се развијат партнерства помеѓу занаетчиските комори, институциите за истражување и иновации, организации за културен туризам и занаетчиските бизниси;
9. Развивање и информирање на сите занаетчии за можностите за образование и обука за возрасни;
10. Активно да се вклучат успешните занаетчии – претприемачи во едукативниот процес и СОО промотивните активности.

**Очекувани резултати:**

1. Подобар преглед на профилите на обучувачите и наставниците и да се подобри процесот за одбирање и вработување;
2. Висококвалификуваните обучувачи се главни мотиватори на учениците и возрасните за да ги учат старите и модерните занаетчиски вештини;
3. Инвестициите во опрема и алати за практичната обука ќе обезбеди подобри услови за практична обука;
4. СОО програмите да ги задоволат сегашните и идните потреби на занаетчискиот сектор;
5. Усвојување и употреба на процедурите и процесите за мајсторските испити;
6. Дијалогот помеѓу јавниот и приватниот сектор да се реализира во имплементацијата на СОО стратегијата, вклучувајќи ги и интересите на културниот туризам;
7. Општество во Македонија да биде сè повеќе претприемачко, иновативно и креативно;
8. Модерните комуникациски алатки како интернетот да се развиваат и употребуваат за подобрување на достапноста на информациите и можностите за обука;
9. Со имплементација на брзите иновативни акции, СОО ќе стане најдобар пример за практична и иновативна регенерација во едукативниот систем во Македонија;
10. Успешните занаетчии – претприемачи да бидат вклучени во процесот на стручно образование и нивните искуства и успеси да ги мотивираат учениците.

**Активности:**

1. Активности за редизајнирање на системот и подобрување на наставната програма:
2. Обука и поддршка за обучувачите за развој на занаетчиското образование со примена на „обучи го обучувачот“;
3. Организација и имплементација на активности за вклучување на занаетчиството во наставна програма во основното и средното образование;
4. Имплементација на дијалог и идентификација на потребните акции во соработка со основните и средни училишта со цел создавање врски помеѓу сите нивоа на образование за развивање развојна патека за занаетчиски квалификации;
5. Воведување наставна програма за две изборни програми во СОО: (а) наставна програма за занаетчиски бизниси фокусирани на пазарот на модерни потрошувачи и индустријализираниот пазар (со акцент на иновативноста и креирањето на висока додадена вредност) и (б) наставна програма со фокус на пазарот на автентичниот културен туризам (со акцент на развојот на уметнички таленти, угостителство и туристички менаџмент);
6. Развој на база на човечки ресурси, потребна за одбирање и вработување на обучувачи и наставници;
7. Во дијалог со занаетчиските бизниси – да се идентификуваат занаетчиските сектори каде се потребни инвестиции во специјализирана опрема и алати за практична стручна обука, развој / адаптација на образовни програми, креирање на работилници, финансирање.
8. Обезбедување на квалитет на човечките ресурси во занаетчиството – мајсторска диплома
9. Развој / доработка на модели и модалитети за мајсторските испити и дипломи, формирање на испитни комисии;
10. Редовно одржување на мајсторските испити;
11. Воведување на ефективна методологија за акредитација, верификација и сертифицирање во образованието на возрасни.
12. Обезбедување квалитет на човечките ресурси во занаетчиството – мајсторска диплома
13. Информирање на сите занаетчии за можностите за обуки (учење преку интернет и развој на информациски модули и брошури);
14. Идентификација и вклучување успешни занаетчии – претприемачи во образовниот процес и воведување инкубатори на иновативни занаетчиски бизниси во СОО. Развојот на новите бизниси брзо ќе доведе до подигање на имиџот на СОО како модерно, кое ги поддржува креативните идеи и придонесува за нови начини на соработка помеѓу учениците, обучувачите и занаетчиските бизниси.
15. Итни Иновации во СОО: Дејства за брз одговор
16. Вклучување на младите: Во развојот на иновативни стратегии за нивно привлекување и задржување; барање на мислења од искусни обучувачи и занаетчии, како и од успешните претприемачи кои може да внесат нови идеи и потенцијал во соработката меѓу различни занаетчиски сектори, создавајќи креативни партнерства.
17. Пронаоѓање на виталноста: Идентификување на елементите во системот кои се најраздвижени и најуспешни, нивно проучување и потпомагање на основните елементи на тој успешен елемент. Може лесно да се направи ширење на овие елементи географски или во други области. Спроведување на формални и неформални истражувања во успешните системи, што е тоа на што луѓето се горди, кој направил нешто извонредно во постојните услови, кој може да го подигне имиџот системот на СОО како место со талентирани и успешни луѓе со позитивни примери и уникатни квалитети што ќе ги инспирира другите да го култивираат нивниот креативен потенцијал.
18. Интегрирање на системски иновации: Спроведувањето годишни избори на иновативни обучувачи, програми, ученици и проекти треба да му даде информации на СОО системот за тоа што и каде работи добро, што се движи во позитивна насока и каде да се насочи публицитетот или други ресурси.
19. Пронаоѓање и култивирање на иновацијата: Правење на годишни креативни средби за да се слушне од учениците што ги интересира од занаетчиското образование, што би го направило привлечно за нив и што би го направило неодоливо за тие да влезат во индустрискиот, туристичкиот или уметничкиот занает со нивната креативна енергија. Забрзување на дијалогот со организирање на натпревари за интеграција на 1) занаетчиството и туризмот и 2) високите технологии и традиционалните технолошки претпријатија. Таквите натпревари може да бидат зачеток на динамичен занаетчиски бренд кој исто така ќе ја подржува имплементацијата на неколку од занаетчиските стратегии дадени во овој документ. Таквите натпревари ќе привлечат голем број луѓе, младите пред сè, а и иноватори од сите возрасти, како и туристи и други.
20. Поттикнување на конкурентни иновации: Поттикнувањето на претприемачките аспирации кај студентите со вклучување на едноставни, мали услуги во стилот на бизнис инкубатор во системот на СОО може да го анимира СОО како извор на релевантна, високотехнолошка обука за учениците. Овој пристап отвора можности за успешно надградување на претпријатијата преку франшизи, глобал маркетинг и маркетинг преку интернет. СОО може да даде „експериментална основа“ за тестирање идеи за прилагодување на занаетчиските дејности и туристичките дестинации и изградување на учениците во успешни мајстори.

**Очекуван буџет:** Подобрувања во СОО во сите подсекции – 750.000 евра

### 3.1.3 Проактивна владина поддршка за подобрување на конкурентноста на занаетчискиот сектор

**Надлежни институции за имплементација:**

Координатор на проектот: Министерство за економија

Во партнерство со: Министерство за образование и наука, Министерство за труд и социјална политика, Центар за стручно образование и обука, Центар за образование на возрасни, Агенција за вработување, Занаетчиската комора на Р. Македонија во дијалог со приватниот сектор.

**Временска рамка**: 6 години (2014 - 2020 година)

**Вовед во проектот** – Оваа стратегија и акционен план е прв ваков документ за политиката за развој на занаетчиството во РМ. Владата ја препознава важноста на занаетчискиот сектор (со цела своја разноликост) и неговата улога во меѓународното позиционирање на македонската економија.

Поддршката на занаетчискиот бизнис ќе продолжи да се имплементира од страна на Министерството за економија во соработка со други релевантни министерства и институции. Почетната имплементација на акциониот план во периодот од 2012 до 2014 година ќе продолжи со евалуација на дејствијата и постигнатите резултати и ако е потребно, да се предефинираат мерките за подобрување на конкурентноста. Прво, занаетчиските бизниси треба да ги унапредат своите компетенции (внатрешни способности) со подобрување на продуктивноста и квалитетот, стекнување на пософистицирано бизнис знаење и воведување на иновативни решенија за подобра услуга на нивните корисници. Второ, за релативно мала економија, економскиот пораст може значително да се стимулира со извоз и интернационализација. Извозната ориентација на занаетчиските бизниси ќе им овозможи не само раст, туку и развој и побрза модернизација. На подолги патеки, Владата ќе има проактивна улога во поддршката на занаетчиските бизниси со стимулација на соработката меѓу занаетчиските бизниси, големите, средни и мали претпријатија, истражувачките институции и други извори на знаење за да се создадат услови за поголеми производни капацитети способни за интернационалните пазари.

Проактивната улога на Владата нема да биде „контрола“ на развојот на занаетчискиот сектор, туку да го поттикне појавувањето на меѓународни конкурентни занаетчиски бизниси кои ефективно ќе соработуваат со малите, средни и големи претпријатија и со тоа ќе се создадат неколку меѓународно препознатливи „стратешки сектори“ во македонската економија (на пример: обновлива енергија, висококвалитетни еко-профилирани храна и вино, еко-мебел и ракотворби итн.). Пазарните сили и приватното претприемништво сè уште ќе бидат водечки за оваа агенда, но Владата исто така ќе има стратешка и координативна улога за подобрување на конкурентноста – нудејќи поддршка за развој со финансирање на висококвалитетно истражување, дизајн и развојни функции на овие конкурентни стратешки сектори.

**Проектни цели:**

1. Да се овозможи долгорочна законска поддршка за подобрување на конкурентноста на занаетчискиот сектор;
2. Да се даде придонес за развој на меѓународно конкурентни „стратешки сектори“ развиени вклучувајќи и занаетчиски способности и вештини;
3. Да се стимулира соработката на занаетчиските бизниси со големите, средни и мали претпријатија и извори на знаење и со тоа да се создадат релевантни услови за интернационализација;
4. Да се обезбеди соодветна усогласеност на банкарскиот сектор со стратешките потенцијали за развој на занаетчискиот сектор;
5. Да се мобилизира поддршка на интернационални фондови за релевантна поддршка за развојот на занаетчиството.

**Очекувани резултати:**

1. Занаетчискиот сектор да биде препознаен од креаторите на политиките како интегрален дел од развојот на националната економија;
2. „Стратешките сектори“ се предефинирани и модернизирани со знаење и способности што ќе им овозможи успешно да работат на домашниот и странскиот пазар;
3. Производните процеси со голем обем и производите со висока додадена вредност на занаетчискиот сектор се резултат на соработката со малите, средни и големи претпријатија;
4. Динамичниот банкарски сектор го поддржува занаетчиството и развојот на „стратешките сектори“;
5. Поддршката на меѓународните фондови ефективно и практично се распределува во областите стратешки за развој на националната економија.

**Активности:**

1. Имплементација на активности за популаризирање на стратешката важност на занаетчискиот сектор;
2. Ефективно следење и оценување на иницијалните законски зафати во периодот од 2012 до 2014 година, преработка и дејствување кон спроведување на приоритетите;
3. Развој на програми за владина поддршка за заедничко креирање на модерните „стратешки сектори“;
4. Овозможување на доследни и развојно-ориентирани консултации со банкарскиот сектор;
5. Меѓуминистерска координација за поддршка на занаетчиството и поттикнување на „донаторски конференции“ за имплементација на проекти од стратегијата за занаетчиството.

**Очекуван буџет:** Годишен буџет од 100.000 евра за владините дејствија.

## 3.2 Организации за деловна поддршка – улогата на Занаетчиската комора на Р. Македонија

### 3.2.1 Зајакнување на мрежата на занаетчиската комора – градење на капацитет за поддршка на развојот на занаетчиството

**Надлежни институции за имплементација:**

Координатор на проектот: ЗКРМ и Министерство за економија

Во партнерство со: Занаетчиската комора Кобленц и регионалните занаетчиски комори

**Временска рамка:** 12 месеци (2013 - 2014 година)

**Вовед во проектот** – Системот на функционирање на занаетчиските комори како главни институции за поддршка на развојот на занаетчиството беше воспоставен со проактивната помош на Занаетчиската комора Кобленц од Германија. Меѓутоа, имајќи предвид дека директната поддршка од Кобленц ќе престане во 2011 година, понатамошниот развој на републичката и регионалните комори ќе зависи најмногу од квалитетот на луѓето кои работат во коморите. Покрај нивната административна улога, модерните занаетчиски комори треба да бидат проактивни и ориентирани кон иднината, фокусирани на градењето на компетенции на занаетчискиот сектор. Коморите треба да развијат способности за овозможување развој на занаетчиството во државата. Затоа, од голема важност е да се имплементира соодветна обука и градење на капацитет за клучните луѓе што ќе работат во коморите, за да можат подобро да даваат поддршка на занаетчиските бизниси од различни индустрии со предизвиците што ги чекаат во дизајнот на производите, позиционирањето на пазарот и интернационализацијата.

**Проектни цели:**

1. Да се обезбедат услови за ЗКРМ и регионалните занаетчиски комори да станат ефективни олеснувачи на развојот на занаетчиството;
2. Да се намалат разликите помеѓу регионалните комори;
3. Да се обучат и да се зајакне капацитетот на клучните луѓе кои работат во системот за подобро да го поддржат развојот на компетенциите во занаетчиството;
4. Да се развие капацитет во системот на занаетчиски комори за изнаоѓање на дополнителни извори на финансии со проекти и иницијативи во соработка со меѓународни донаторски организации.

**Очекувани резултати:**

1. Системот на занаетчиски комори е ефективен поддржувач на развојот на занаетчиството и проактивен промотор на меѓународно познатото занаетчиство;

2. Клучната компетенција на занаетчиските комори е базирана на компетентноста на ЗКРМ и 7 до 10 јаки регионални занаетчиски комори во поголемите градови во Македонија;

3. ЗКРМ е водечка организација за деловна поддршка во помагањето на јавно-приватниот дијалог за развој на занаетчиството во државата;

4. Најмалку 20 луѓе кои работат во системот на занаетчиски комори се обучени за давање ефективна поддршка на градење на компетенции во занаетчиството;

5. Најмалку еден развоен проект (со дополнително финансирање) се имплементира во 7-10 регионални занаетчиски комори во државата на годишно ниво.

**Активности:**

1. Одредување 20-30 вработени од ЗКРМ и регионалните комори (со по најмалку еден вработен кој работи целосно на подобрувањето на конкурентноста) кои ќе бидат обучени за ефективно помагање на зајакнувањето на компетенциите во занаетчиството;
2. Спроведување на обуки, студиски престои и други активности за градење на капацитетот;
3. Овозможување на јавно-приватниот дијалог на различни полиња за развој на занаетчиството;
4. Подготовка на развојни проекти за раст на занаетчиските сектори;
5. Подготовка на апликации за ЕУ и други тендери;
6. Реализација на развојни проекти за подобрување на конкурентноста.

**Очекуван буџет:** За имплементација на проектот: 250.000 евра

### 3.2.2 Поддршка/помагање на кластер-ориентираните занаетчиски ресурсни центри

**Надлежни институции за имплементација:**

Координатор на проектот: ЗКРМ

Во партнерство со: Министерство за економија и регионалните комори

**Временска рамка**: 36 месеци (2013 - 2016 година)

**Вовед во проектот** – Базирајќи се на почетните дијагнози за занаетчискиот сектор, Македонија има јаки страни и можности да понуди занаетчиски производи и услуги кои можат ефективно да се натпреваруваат на меѓународниот пазар. Неколку примери за потенцијален успех на пазарот се идентификувани во ракотворбите и изработката на филиграни, производството на храна и угостителството, обновливите извори на енергија, личните услуги и многу други сектори. Сепак, главна одлика на повеќето од занаетчиските производи и услуги е дека тие имаат потреба од подобар дизајн и маркетинг и способност да навлезат на нови пазари. Сите овие проблеми може ефективно да бидат надминати користејќи кластер-ориентирани иницијативи.

Кластерингот е меѓународно прифатен како најефективен начин за проактивно стимулирање на економскиот развој (на пр. Европската комисија, Светска банка итн. ). Кластер / мрежно-базираниот развој е ефективен бидејќи не работи само со индивидуални производители, туку работи со мрежи на занаетчии, претприемачи, компании, истражувачки и образовни институции, Влада и други институции координирани за развој на конкурентноста. Конкурентноста се зајакнува со поддршка на целиот вредносен синџир за развој на производи и услуги базирани на знаење и додадена вредност, наместо на конкуренција со пониски цени. Кластерите се особено важни за малите занаетчиски произведувачи и малите економии како македонската каде критичната маса на индивидуални занаетчиски бизниси е премала за да ефективно се натпреварува на домашниот и меѓународниот пазар.

Кластер / мрежно-базираните иницијативи може да бидат водени од Владата, но најдобрите искуства покажуваат дека најодржливо кластеринг / вмрежување се постигнува со организациите за деловна поддршка, како коморите. Занаетчиската комора може да биде најдобар помагач на кластерингот во занаетчискиот сектор во Македонија. Нејзината идна улога како подобрувач на занаетчиската компетенција може ефективно да се практикува во секции (занаетчиски подсектори) или таканаречените „ресурсни центри“ кои што ќе ја постигнат својата конкурентност преку кластерингот и соработката.

Ресурсните центри (секции) ќе бидат повеќе од асоцијација на членови од поединечните подсектори. Тие ќе бидат модел за размена и соработка помеѓу занаетчиите, школите, домашните и странските експерти. За занаетчиите, мотивацијата и интересот за зачленување во ресурсните центри ќе биде базирана на нивната потреба да бидат информирани и поддржани во повеќе области, како: пазарни можности, саеми, репроматеријали, дизајн на нови производи, обука и финансирање. Ваквите информации и поддршка може да ја развијат соработката помеѓу локалните занаетчии, што е прилично важно кога се преминува од локален на поширокиот меѓународен пазар. За да направи тоа, овие ресурсни центри ќе бидат водени на национално ниво во рамките на ЗКРМ.

**Добра пракса**

**Комора на занаетчии и мали бизниси Словенија - Дрвна индустрија и Стопанска комора Клагенфурт Австрија:** Иницијатива “Aлпе-Aдриа Холц/Дрво”: Занаетчиите од Словенија и Каринтиа од Австрија се дел од иницијативата која е кофинансирана од Европскиот регионален фонд. Оваа иницијатива го поддржува основањето на Алпе-Адриа кластерот за дрво, развојот на најмалку 8 заеднички иновативни производи и создавање на нов бренд за еко-мебел. Покрај тоа, се работи и на истражување на пазарот, заедничка маркетинг промоција на саемите и обука за нови дрвни преработувачки технологии.

Работилниците и активностите за поврзување се веќе направени и тоа им овозможува на занаетчиите можност да се поврзат и да работат заедно. Конкретен нов производ и нов бренд ќе се добие во 2011 година. Тимот од етнолози, дизајнери, архитекти, маркетинг експерти е директно вклучен за да ги поддржи занаетчиите. Дрвната секција моментално ги поврзува со експерти со училиштата за дизајн, Архитектонскиот факултет, Академијата за уметност и дизајн од Љубљана и неколку други маркетинг агенции.

Амбицијата на оваа иницијатива е исто така создавање на „дрвна” туристичка дестинација, преку претставување на различни дрвни производи и креирање на автентично туристичко искуство на пример „Област Ларч”, „Област Спруц”, „Област овошни дрва” и други нови иновативни дестинации или производи од дрво.

**Проектни цели:**

1. Да се овозможи пристап на главните фактори за зголемување на конкурентноста во насока на градење на занаетчиските компетенции;
2. Да се стимулира развој на производи и услуги базирани на знаење и со повисока додадена вредност;
3. Ефективно да се креираат 3 до 5 кластер базирани, меѓународно успешни занаетчиски производни линии во следните 5 години;
4. Да се вклучат 50 до 70 занаетчиски бизниси или микро и мали претпријатија во кластери со цел изработка на подобри дизајни и подобар маркетинг за нивните производи и услуги;
5. Да се подобри меѓуинституционалната координација и соработка за развој на практичното и конкурентното занаетчиство;
6. Да се унапреди меѓусекторската поврзаност со цел иновации, производи со висока додадена вредност и развој на пазари;
7. Да се создадат специјализирани занаетчиски пазари во одредени региони (регионална специјализација на занаетчиските сектори);
8. Создавање силна врска купувач / продавач за развој на домашниот и меѓународниот вредносен синџир.

**Очекувани резултати:**

1. Спроведено оценување на одредени занаетчиски компетенции, вештини / таленти / производи за извоз и на инфраструктурата за поддршка;
2. 50-70 занаетчиски бизниси, претприемачи и експерти и други институции вклучени во 3 - 5 водечки кластер-оринтирани занаетчиски производствени линии, кои се ефективно промовирани дома и во странство;
3. Спроведени серија обуки, студиски патувања, дизајн на нови производи и маркетинг и активности за градење на капацитетите и најмалку 10 луѓе обучени да го поддржуваат развојот на кластерите, така што ќе се обезбеди континуитет за првоформираните ресурсни центри и за дополнителни сектори и кластери во иднина;
4. Организирани трговски презентации и зајакната соработката меѓу добавувачите и вредносниот синџир;
5. Секој регион е профилиран, специјализиран во за него најавтентичниот и компетентен занаетчиски подсектор;
6. Оргнизирани „Форуми на ресурсните центри“ на годишно ниво со учество на на 200+ лидери од домашниот и меѓународниот занает, јавни и приватни сектори, универзитети, НВО, донатори. Овие форуми се главен промотор и помагач на имиџот на занаетчиството во Македонија и пошироко.

**Активности:**

1. Идентификување на репрезенти на занаетчиството од оние секторите кои имаат најголем производен и пазарен потенцијал и нивна мотивација да работат на подобрување на производите и позиционирање на пазарот. Идентификување на претставници од универзитетите, локални и меѓународни секторски експерти, донатори, релевантни младински групи кои сакаат да учествуваат во проектот;
2. Оценување на: а) вештините, талентите, производите за развој на производи со поголема додадена вредност и за извоз; б) инфраструктурата за поддршка на секторот;
3. Организирање на серија средби помеѓу занаетчиите, малите стопанственици, експертите и други релевантни страни вклучени во процесот;
4. Спроведување на заеднички обуки и активности за градење на капацитети и студиски патувања за занаетчиите, претприемачите и претставниците на развојните агенции и универзитети;
5. Иницирање на 2-3 пилот кластер-ориентирани ресурсни центри;
6. Спроведување на дизајн за нов производ (во соработка со Центарот за занаетчиство и иновациски дизајн откако тој ќе се формира), маркетинг активности, учествување на домашни и меѓународни саеми и на настани за поврзување и соработка;
7. Организација на „Форуми на ресурсните центри“ со цел да се види напредокот, да се вклучат нови лидери и да се промовира извозот;
8. Почнување со работа на дополнителни 2-3 кластер-ориентирани ресурсни центри.

**Очекуван буџет:** Почетниот буџет за основање на кластер-ориентиран ресурсен центар: 250.000 евра. Годишен буџет: 80.000 евра

### 3.2.3 Занаетчиската комора – проактивен партнер за интернационализација на занаетчиството

**Надлежни институции за имплементација:**

Координатор на проектот: Занаетчиска комора на Република Македонија и Министерство за економија

Во партнерство со: Агенција за странски директни инвестиции, невладини организации (ЕСНАФ и др.).

**Временска рамка:** 5 години (2015 - 2020 година)

**Вовед во проектот**– Неодамнешна студија на Европската комисија покажува дека 25% од европските МСП извезуваат или имаат извезувано во последните 3 години. Меѓународно активни МСП покажуваат зголемување на вработувањата од 7% додека бројката остана на 1% за оние без меѓународна активност. Исто така постои јасна врска помеѓу интернационализацијата и иновацијата. ЗКРМ може да игра значителна улога во поддршката на интернационализацијата на занаетчиството. Комората, со раководење на кластер-ориентираните ресурсни центри (занаетчиски секции), создаде простор за следните чекори, а тоа води до забрзување на занаетчискиот извоз.

**Проектни цели:**

1. Придонес кон развојот на извозните компетенции на македонското занаетчиство;
2. Поддршка на занаетчиите и претприемачите во меѓународната промоција и учество на меѓународните саеми;
3. Организирање деловни средби за занаетчиите и претприемачите во соработка со партнери од странство;
4. Давање придонес кон зголемување на извозот на занаетчискиот сектор.

**Очекувани резултати:**

1. Најмалку 20 занаетчии и претприемачи се обучени годишно за извоз;
2. Заедничко учество на 3 - 5 меѓународни саеми (организирани во секциите / ресурсните центри) годишно;
3. Идентификувани нови извозни атрактивни производни линии;
4. Зголемување на извозот во занаетчискиот сектор.

**Активности:**

1. Идентификување на постоечките „спремни за извоз“ производни линии;
2. Подобрување на извозните способности на занаетчиите преку организирање на обуки и градење на капацитет на занаетчиите заинтересирани за извоз;
3. Организирање деловни средби;
4. Заедничко учество на домашни и меѓународни саеми (организирани во секциите / ресурсни центри).

**Очекуван буџет:** Годишно 65.000 евра

## 3.3. Маркетинг и промоција на занаетчиството

### 3.3.1 Вовед на Програма за сертификација на квалитет на “Aвтентичeн занаетчиски производ – Made in Macedonia“

**Надлежни институции за имплементација:**

Координатор на проектот: Министерство за економија

Во партнерство со: Министерство за култура, ЗКРМ и регионалните занаетчиски комори во соработка со занаетчиите и релевантните културни организации (факултети за современа уметност, музеи, уметнички центри, итн.).

**Временска рамка**: Развивање на програма за сертификација: 12 месеци (2013 -2014 година); континуирана имплементација (2015 - 2020 година)

**Вовед во проектот** – Во модерни времиња кога евтиното индустриско производство преовладува над скапите рачно изработени производи, старите и ретки занаетчиски техники и знаење брзо исчезнуваат. Со цел да се развие културниот туризам и да се зачува и промовира културното наследство, важно е да се зачуваат традиционалните занаети и да се поддржат занаетчиите кои можат да го внесат своето специфично знаење во работењето со различни материјали и се вешти во процесот на дизајн на производите. Во моментов, немањето на добро познат и веродостоен сертификат за квалитет на автентичните ракотворби е бариера за јавноста и довербата на купувачите и претставува ограничувачки фактор во развојот на занаетчискиот сектор. Програмата за сертификација на квалитетот на „Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia“ ќе овозможи споредба и воведување на стандарди за занаетчиите да продолжат да работат во иднина.

Со знакот за квалитет или со програмата за сертификација на „Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia “ номинираната институција ќе гарантира дека производот е рачно изработен и автентично го презентира културното наследство. Тие производи треба да се нудат на специјализирани настани и продавници во старите делови на градовите, градските уметнички пазари итн. Во работилници -музеи („локално занаетчиство во раст“) или во селски музеј, потрошувачот ќе може исто така да види или да земе учество во производството на високо квалитетен и автентичен производ.

Производите од „Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia “ – треба да се промовираат промислено и да се дистрибуираат на домашните и странските пазари.

**Проектни цели:**

1. Да се идентификуваат експерти и да се назначи тело за развој на програмaтa за сертификација на квалитет - „Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia “;
2. Да се идентификуваат критериумите за сертификација на производи како стандарди за квалитет;
3. Да се идентификуваат производи и ракотворци кои веќе ги имаат задоволено тие критериуми за квалитет и да се поканат да учествуваат во развојот на база на најдобри „Автентични занаетчиски производи– Made in Macedonia “;
4. Да се идентификуваат потребите за обука и да се обучат одреден број занаетчии и ракотворци за тоа како да се задоволат и задржат стандардите за квалитет на „Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia “;
5. Да се промовира автентичното занаетчиство Made in Macedonia;
6. Да се идентификуваат потенцијалните канали за дистрибуција на автентичното занаетчиство Made in Macedonia на потенцијалните купувачи.

**Очекувани резултати:**

1. Да се идентификува експертска група за развој на програмата за сертификат на квалитет - „Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia “;
2. Да се дефинираат критериумите за сертификација на производите и да се воведе годишна селекција на најдобар „Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia “;
3. Најмалку 5 „ Автентични занаетчиски производи“ кои ги задоволуваат критериумите да се изберат секоја година и да се креира база на серифицирани производи;
4. Најмалку 50 занаетчии и ракотворци да се информираат за програмата за сертификација секоја година;
5. Да се идентификуваат и препорачаат потенцијални комуникациски и дистрибутивни канали за автентичното занаетчиство Made in Macedonia.

**Активности:**

1. Идентификување и номинација на експерти (институција) за развој на програмата за сертификација на квалитет - „Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia “;
2. Дефинирање на критериумите за сертификација на производите;
3. Наоѓање на најмалку 50 производи и 50 занаетчии кои ги задоволуваат критериумите за „Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia “ кои ќе се поканат да учествуваат на годишната програма за селекција и сертификација;
4. Имплементација на годишната програма за селекција и сертификација;
5. Контрола за следење на стандардите за квалитет меѓу селектираните занаетчии;
6. Подготовка на препораки за комуникација и дистрибутивни канали за сертифицираните автентични ракотворби.

**Очекуван буџет:** 35.000 евра за вовед на сертификацијата. Континуирана сертификација: 20.000 евра годишно.

### 3.3.2 Вклучување на дијаспората во изнаоѓањето можности за развој на занаетчиството

**Надлежни институции за имплементација:**

Координатор на проектот: Министерство за економија  
Во партнерство со: Агенција за промоција и поддршка на туризмот, Агенција за странски директни инвестиции, Занатечиска комора на Република Македонија, , и НВО (ЕСНАФ и др.),.

**Временска рамка**: 24 месеци (2014 - 2016 година)

**Вовед во проектот** – Македонија беше негативно погодена со „одливот на мозоци“ во последните декади. Овој негативен тренд може да се сврти во наша полза со ангажирање на дијаспората во заедничко истражување на можностите во областа на маркетингот, размена на знаење и финансиска поддршка за развој на занаетчиството. Дијаспората може да влијае на развојот на занаетчиството на неколку начини: (а) автентичните ракотворби и другите занаетчиски производи се барани од припадниците на дијаспората кога тие ги посетуваат роднините во Македонија; (б) меѓународно познатите членови на дијаспората може да се поканат да учествуваат во меѓународните промотивни активности; (в) размена на знаење и организација на студиски патувања на места каде има најдобри меѓународни пракси со помош на дијаспората може да има важен удел во развојот на занаетчиството и подобрувањето на конкурентноста.

**Добра пракса**

**Меѓународно препознатливи членови од Македонската дијаспора - Рене Реџепи**

Во 2010 година, Рене Реџепи стана најдобар светски готвач, според списанието Сент Пелегрино, со својот ресторант Нома во Копенхаген. Рене Реџепи доста работеше на реиновирање на Нордиската кујна. Тој стана главен готвач и еден од основачите на Нома во 2003 година, на само 25 годишна возраст. Оттогаш, тој брзо се разви во еден од најдобрите и респектираните шефови/готвачи со својата оригиналност и иновативност. На 32 годишна возраст, работи со полна пареа и неговото влијание на светските кулинарски трендови штотуку започнува да се чувствува. Ова претставува почеток на еден спектакуларен кулинар.

Рене Реџепи ја има воздигнато кулинарската филозофија до толку високо ниво користејќи сезонски состојки и состојки од различни региони и преку комбинација на овие активности има создадено вкусна и единствена кујна.

Извор: http://www.theworlds50best.com

**Проектни цели:**

1. Да се промовира автентичната ракотворба и другите занаетчиски производи во странство;
2. Да се вклучи дијаспората и нејзините познати членови во промотивните кампањи за Македонија;
3. Да се организира меѓународна размена на знаење и студиски патувања на места каде има најдобри меѓународни пракси, со помош на дијаспората и на тој начин да се придонесе за подобрување на конкурентноста на занаетчиството;
4. Да се зголемат директните странски инвестиции во Македонија од дијаспората;
5. Да се зголеми приходот во туризмот кој ќе дојде како последица на подобрениот имиџ на Македонија како туристичка дестинација со автентична туристичка понуда.

**Очекувани резултати:**

1. Автентичните ракотворби и другите занаетчиски производи се нудат на дијаспората;
2. Најистакнатите од дијаспората се вклучени во промотивни кампањи за Македонија и значително придонесуваат за подобрениот имиџ на земјата и занаетчиството како еден од нејзините најконкурентни економски сектори;
3. Меѓународната размена на знаења и студиските патувања придонесуваат за подобрување на дизајнот на производите, поефективен маркетинг и менаџирање на занаетчиските бизниси;
4. Зголемување на странските директни инвестиции во Македонија од дијаспората;
5. Се регистрира зголемување на приходите во туризмот.

**Активности:**

1. Пронаоѓање и анализа на целните заедници и личности од дијаспората;
2. Подготовка на реални стратегии и понуди за привлекување на членови од дијаспората;
3. Дизајн на промотивен / информативен материјал (брошури, веб сајтови) за автентични ракотворби;
4. Вклучување на најпознатите членови на дијаспората во промотивните кампањи (меѓународни или фокусирани на една држава);
5. Развој и маркетинг на специфични понуди за клучните пазари на дијаспората.

**Очекуван буџет:** 75.000 евра годишно

### 3.3.3 Спроведување на домашна и меѓународна кампања за подигање на свеста и промотивна кампања за занаетчиството

**Надлежни институции за имплементација:**

Координатор на проектот: Министерство за економија и Занатечиска комора на Република Македонија

Во партнерство со: Агенција за промоција и поддршка на туризмот, невладините организации (ЕСНАФ и др.) и приватниот сектор.

**Временска рамка** : 60 месеци (2012 - 2016 година)

**Вовед во проектот** – Започнување на кампања за подигање на свеста во Македонија за подобрување на имиџот на занаетчиството и подигање на свеста за разбирање на занаетчиството како синергија од традиционални и модерни занаетчиски дејности. „Недела на занаетчиството“ и избор на „Занаетчија на годината“ се активности кои треба да се негуваат и прошират и со тоа значително да придонесат за подобрување на имиџот на занаетчиството во земјата.

Промоцијата ќе се направи исто така и во странство. Автентичното и иновативно занаетчиство со производи и услуги позиционирани во категоријата на висок квалитет и специјализирани пазари, се развива во еден од темелите на македонската национална економија. Одликите кои ги издвојуваат производите и услугите се: темелно познавање на материјалите и вешто занаетчиство со автентични форми, но и модерен дизајн, брендирање и промотивни техники. Ова е новата тактика за економски развој по глобалната економска криза која значително влијаеше на домашната индустрија за масовно производство (металната, текстилната итн.) и ги поддржа најпросперитетните економски сектори во економијата (производство на храна и вино, туризам).

Поголемиот дел од македонската економија, претставена од микро и малите претпријатија и занаетчиските бизниси, може да ги изгради своите компетенции за понуда на автентични производи каде традицијата, дизајнот, иновацијата и маркетингот се спојуваат во оптимална понуда. Примамливата интернационална промотивна кампања ќе ги поткрепи овие напори за модернизација на занаетчиството. Клучен елемент во оваа кампања ќе биде подигањето на профилот на занаетчиските сектори во земјата и странство.

Меѓународната промотивна кампања ќе ја пренесе визијата на македонската економија како економија каде најквалитетните автентични производи и услуги може да се искусат (туризам) и добијат (специјализирани индустриски и потрошувачки пазари).

Ќе се користат разни начини за промоција и градење на имиџот, како: рекламирање во медиуми, надградување на признанието Занаетчија на годината од страна на ЗКРМ, учество на светски саеми итн.

**Проектни цели:**

1. Да се подигне свеста за улогата на занаетчиството во државата;
2. Да се подобри разбирањето на занаетчиството, вклучувајќи ги традиционалното и модерното, иновативно занаетчиство;
3. Да се пренесе порака до домашната и меѓународната јавност за Македонија како бизнис и туристичка дестинација каде може да се искусат и добијат најквалитетните автентични производи и услуги;
4. Да се инвестира во претставување на најдобрите занаетчиски бизниси и најквалитетните локални производи на саеми од светска класа;
5. Да се вклучат аспекти од занаетчиството во националната промоција на бизнисот и туризмот;
6. Да се поддржи занаетчиството, микро, МСП во интернационализацијата и зголемување на продажбата;
7. Да се привлечат странски инвестиции во специјализирани пазарни сегменти со висок квалитет базирани на автентични производи и услуги со висока додадена вредност и да се избегне позиционирањето базирано на ниски цени.

**Очекувани резултати:**

1. Подигната свест и разбирање за улогата на занаетчискиот сектор во македонската економија меѓу домашните инволвирани страни;
2. Воспоставено е уникатно конкурентно позиционирање на Македонија на меѓународните пазари;
3. Домашните занаетчиски бизниси се поддржани со меѓународната промоција која позитивно се одразува на нивните бизниси;
4. Се регистрира зголемување на странските инвестиции;
5. Растат приходите од туризмот;
6. Се постигнува одржливост на економскиот развој.

**Активности:**

1. Организирање на „Денови на занаетчиството“ во Скопје и другите поголеми градови низ Македонија;
2. Избор на „Занаетчија на годината“ во Скопје и другите поголеми градови низ Македонија;
3. Подготовка на ефективни промотивни активности во Македонија и странство во соработка со бизнис секторот (занаетчии, ММСП), релевантни министерства и институции (комори и слично);
4. Одбирање на маркетинг агенција;
5. Имплементација на домашна и меѓународна промотивна кампања;
6. Инвестирање и презентација на најдобрите домашни производи на меѓународната сцена;
7. Мерење на ефективноста на промотивната кампања.

**Очекуван буџет:** Подигање на свеста и промоција во државата: 50.000 евра годишно. Меѓународни промотивни кампањи: 100.000 евра годишно

## 3.4 Развој на занаетчиски производи

### 3.4.1 Развој на центар за занаетчиски дизајн и иновации

**Институции за имплементација:**

Координатор на проектот: Министерство за економија

Во партнерство со: Министерството за образование и наука, Факултетите за архитектура, дизајн, инженерство и други технички науки, Занатечиска комора на Република Македонија,.

**Временска рамка**: Развој на Центар за занаетчиски дизајн и иновации: 24 месеци (2013 - 2015 година); континуирана работа (2016 - 2020 година)

**Вовед во проектот**– Зошто е важен дизајнот на производот?

Меѓународното истражување и пракса покажуваат дека занаетчиите претприемачи кои го ценат дизајнот, иновираат многу повеќе. Не само тоа туку и нивните иновации се поуспешни. И тие претприемачи кои го интегрираат стратешки дизајнот во нивната работа имаат поголема побарувачка за нивните производи и услуги. Занаетчиите претприемачи имаат техничко знаење за материјалите, комбинирано со експертиза во специјализирани процеси за изработка. Но, за да се произведуваат производи и да се нудат услуги кои се атрактивни за пазарот, овие вештини треба да се комбинираат со модерен дизајн и производи и иновација која е водена од побарувачката на пазарот. Улогата на Центарот за занаетчиски дизајн и иновации (ЦЗДИ)[[1]](#footnote-1) е да го подобри растот на занаетчиството и комерцијалниот успех, истакнувајќи го уникатниот идентитет и стимулирајќи го квалитетниот дизајн, иновација и конкурентност. ЦЗДИ ќе нуди:

* Практична обука (понудена од специјалисти од индустријата и истражувачи),
* Решенија за дизајн (понудени од дизајнери),
* Презентација и вовед на нови материјали и технологии (понудена од добавувачи и експерти) и
* Други услуги за подобрување на иновациите (студиски патувања, техники за поттикнување на иновациите и слично).

**Добра пракса**

**Иновативен центар во Осло**

Иновативниот центар во Осло тежнее да биде еден од водечките центри во Европа за иновации и индустриски развој. Центарот со повеќе од 140 компании, се обидува да ги комерцијализира идеите и резултатите од истражувачкото опкружување. Центарот обезбедува целосна поддршка и помага при отворањето нови бизниси и дава помош на старт-ап бизнисите за одредени области: развој на бизнис концепт, правење на бизнис план, дефинирање на потребите за капитал и обезбедување финансии.

И неколку други центри за занаетчиски дизајн ефективно работат низ светот:

<http://www.kilkennydesign.com/>

<http://www.rokodelskicenter-ribnica.si/> (основан со поддршка од комората за занаетчиство и мали бизниси)

http://www.capebretoncraft.com/

**Проектни цели:**

1. Да се додаде вредност и иновации на постоечките производи;
2. Да се понудат практични обуки и решенија за дизајн (исто и во форма на ваучери) за занаетчиите претприемачи во областите каде вообичаено немаат свои финансиски средства (иновации, дизајн на производи);
3. Да се придонесе за воведување нови материјали и технологии во занаетчиството;
4. Да се поддржи Занаетчискиот ресурсен центар (секции) во рамките на ЗКРМ;
5. Да се поддржат автентични, добро дизајнирани ракотворби и други занаетчиски производи Made in Macedonia.

**Очекувани резултати:**

1. Најмалку 10 нови прототипови на производи за занаетчиите се лансирани во рамките на ЦЗДИ на годишно ниво;
2. Се поддржува експериментално производство;
3. Нови материјали и технологии се вклучени во производните процеси на занаетчиите;
4. Најмалку 40 занаетчии претприемачи се поддржани од дизајнери во изработката на атрактивни дизајни за нивните ракотворби на пазарот.

**Активности:**

1. Пронаоѓање на занаетчии кои се заинтересирани за воведување на нови дизајни и иновации;
2. Пронаоѓање на обучувачи, дизајнери, добавувачи на нови материјали и технологии;
3. Имплементација на обуки и активности за градење на капацитет;
4. Развој на нови дизајни и прототипи;
5. Спроведување на пазарна анализа за новите производи;
6. Поддршка при брендирањето и маркетингот за новите дизајни.

**Очекуван буџет:** Креирање на центарот – 300.000 евра. Годишен оперативен буџет, во постоечката институција: 75.000 евра.

### 3.4.2 Развивање на “Локално занаетчиство во раст“ на одредени локации, градски занаетчиски пазари и “Ракотворни туристички рути“

1. **Надлежни институции за имплементација:**

Координатор на проектот: Министерство за економија

Во партнерство со: Министерство за култура,

Градот Скопје, Охрид, Струга, Тетово, други општини, регионалните занаетчиски комори, НВО (ЕСНАФ и др.), Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот

**Временска рамка**: 24 месеци (2012 - 2014 година)

**Вовед во проектот** – Македонија има повеќе туристички дестинации многу богати со природна убавина и културно наследство (Охрид, Струга, Преспа, Скопската чаршија итн.) каде во минатото традиционалното занаетчиство било доста застапено. Туристите ја посетуваат Македонија во потрага по убави микро-региони со традиционални култури и спектакуларни пејзажи. За подобрување на туристичкиот развоен потенцијал потребно е поврзување на ракотворците, занаетчиите и другите инволвирани страни од секторот туризам. Регионалните комори и ЗКРМ може да ги поддржат нивните членови во подобрувањето на можностите за културниот туризам со организирање на обуки, градење на капацитети и поканувајќи ги на јавно-приватни дијалози и форуми.

Оваа поддршка треба да биде практична и тоа преку изнаоѓање и обезбедување на дизајнери и маркетинг експерти кои директно ќе работат со ракотворците и уметниците за дефинирањето на „занаетчиски рути“, „локално занаетчиство во раст“ и „градски занаетчиски/уметнички пазари“ со што ќе се создаде еко/културно искуство за туристите. Слично на иницијативата на Скопската чаршија, за отворање на занаетчиска продавница за ракотворби, како Балканика, или „локално занаетчиство во раст “ треба да се развијат исто така и во другите атрактивни културни туристички дестинации како погоре спомнатите Охрид, Струга, Тетово, Битола, Прилеп, Крушево, Куманово и други атрактивни дестинации во Македонија.

**Добра пракса**

**Уметничкиот и занаетчискиот пазар Љубљана -** постои веќе 10 години од мај до октомври и тоа секоја сабота во Љубљана. Неговото отворањето беше иницирано од уметници и дизајнери, чија визија беше да се пренесе духот на Монтмартр во Љубљана. Пазарот е место каде можат да се најдат различни, необични и интересни производи како на пример уникатни торби и свилени торби „Grand Cru“, корисни и необични производи од дрво, накит направен од сребрени прачки и полускапоцени камења користејќи нова технологија, еколошки играчки од дрво, како и предмети направени од бел порцелан и земјени керамички предмети.

Пазарот ја претставува и работата на 50-80 сликари, скулптори, уметници и дизајнери чие што чувство за естетика, убавина, уникатност и едноставност ги будат сетилата. Поради двата пазари, уметничкиот и пазарот за еко храна, секоја пролет и лето саботните утра во Љубљана се навистина места кои треба да се посетат.

Општината Љубљана го поддржува овој проект уште од самиот почеток. Уметничкиот и занаетчискиот пазар нуди креативни уметнички работилници за младите и возрасните.

**Проектни цели:**

1. Да се идентификуваат клучните туристички дестинации во Македонија;
2. Да се промовира традиционалното занаетчиство и „Автентичен занаетчиски производ – Made in Macedonia“ (сертифицирано);
3. Да се обучат малите претприемачи, занаетчии (пекари, златари и сл.) и занаетчии-уметници (изработувачи на ракотворби, уметници и сл.) како да изработуваат, дизајнираат (или подобрат дизајн) и продаваат висококвалитетни автентични производи;
4. Да се збогати културната/занаетчиска туристичка понуда и да се интегрира во атрактивна понуда на „Македонски културни туристички рути“;
5. Да се развие заеднички бренд на културниот туризам, и да се овозможи поголема видливост на активностите во културниот туризам преку веб страна и промотивни материјали;
6. Да започнат со работа занаетчиски/уметнички пазари на атрактивните градски дестинации и со тоа да се збогати туристичката понуда;
7. Да се зајакне интересот за одржлив туристички развој;
8. Да се подигне интересот кај младите за потенцијалите на занаетчиството и уметноста, како водечки сектори за развојот на туризмот.

**Очекувани резултати:**

1. Идентификувани клучните културни туристички дестинации во Македонија;
2. Креирана база на податоци на претприемачи, занаетчии и уметници во одредени културно туристички дестинации;
3. Серија практични обуки за развој на производи и настани, за градење на капацитети за 50-80 ракотворци / уметници, организирани на годишно ниво;
4. Организирани серија состаноци и работни сесии за одредување на рутите за културен туризам;
5. Изработен промотивен материјал и веб страна за брендот за автентичен културен туризам за селектираните дестинации со „локално занаетчиство во раст“;
6. Одбирање и пуштање во употреба на микро локации за уметнички пазари / базари и пазарите за селектираните „занаетчиство во раст“ дестинации;
7. Проширување на информациите за „Македонските рути за културен туризам“ и „локално занаетчиство во раст“ меѓу локалните и меѓународните туроператори.

**Активности:**

1. Одредување на автентичните културни туристички дестинации во Македонија;
2. Селектирање и регистрација на занаетчиите и уметниците од дестинациите за културен туризам во базата на податоци за културен туризам;
3. Организација и имплементација на обуки за уметниците и занаетчиите за тоа како да се направат висококвалитетни ракотворби и автентични производи и услуги;
4. Развој на „уметнички рути“, подготовка на атрактивни патни знаци и имплементација на други активности за зголемување на препознатливоста на местата каде е застапено „локално занаетчиство во раст“;
5. Развој на веб страни и подготовка на брошури за културен туризам за релевантни туристички агенции со означени културни рути и места каде има „локално занаетчиство во раст“;
6. Подготовка и отворање на уметнички / занаетчиски пазари во пролет/лето во селектирани дестинации за културен туризам;
7. Изведување на промотивни активности меѓу домашни и меѓународни туроператори;
8. Промоција на автентични културни дестинации меѓу учениците во основни и средни училишта.

**Очекуван буџет:** 100.000 евра по туристичка дестинација (Скопје, Охрид, Струга, Тетово и други).

### 3.4.3 Заштита на традиционалното занаетчиство кое е на работ од исчезнување

### Надлежни институции за имплементација:

Координатор на проектот: Министерство за економија

Во партнерство со: Министерство за култура, Градот Скопје, Битола, Тетово, Охрид, Струга и други општини, Занатечиска комора на РМ, невладините организации (ЕСНАФ-ите) .

**Временска рамка:** 24 месеци (2012 - 2014 година)

**Вовед во проектот** – Целта на овој проект е да се пронајдат и задржат во живот старите занаети кои се во опасност од исчезнување. Со спроведување на овие активности занаетчиите ќе можат да ги промовират своите производи и услуги, како и начинот на кој ги изработуваат. Обуката на помладите генерации ќе помогне во одржувањето на овие професии како интегрален дел на оваа иницијатива. Ќе им биде понудена обука на занатечиите кои се занимаваат со традиционалните занаети за тоа како да ги презентираат своите вештини и производи на начин кој ќе биде атрактивен за модерните потрошувачи, а особено за модерните туристи. Многу стари занаетчиски работилници ќе треба да се реновираат, а исто така и да вработат еден или двајца за производство на автентични занаетчиски производи. Ќе се направи селекција на најавтентичните и атрактивни за туристичка понуда занаетчиски производи кои треба да бидат зачувани. Вакви производи може да бидат: папучи, наметки, сувенири од бакар и тенеќе, од дрво, тревки и други. Тие ќе бидат понудени во реновираните работилници и/или продавници каде домашните и странски туристи ќе можат да гледаат, дури и да учествуваат во изработката на производите кои потоа можат да ги купат.

**Проектни цели:**

1. Да се сочува Старата чаршија во Скопје, Битола Тетово, Охрид, Струга и други монументални места низ земјата;
2. Да се зачуваат старите занаети;
3. Да се подигне свеста на населението за вредноста на традиционалните занаети;
4. Да се промовира традиционалното занаетчиско наследство.

**Очекувани резултати:**

1. Поголема препознатливост на старите традиционални занаети меѓу народот;
2. Зачувување на старите традиционални занаети и нивна промоција во земјата и странство;
3. Организирана професионална едукација и обука;
4. Проширена туристичката понуда во регионите;
5. Намалена невработеност во Скопје, Битола Тетово, Охрид, Струга и другите региони.

**Активности:**

1. Обновување на традиционалните активности и правење на атрактивни „приказни“ за туристите кои ќе ја посетат старата чаршија;
2. Подготовка на летоци, постери и веб страна каде ќе се промовираат овие традиционални занаети;
3. Организација и спроведување на професионални обуки за различни занаетчиски активности и пренесување на вештините и искуството на помладите генерации;
4. Реновирање на чаршиските работилници;
5. Обезбедување на грантови за институциите, здруженијата и бизнисите кои работат во старата чаршија за:

- обука, едукативни работилници и семинари за зачувување на традиционалното знаење,

- туристичка промоција, изработка на веб страна и промоција на традиционалните занаети,

- изнајмување на продавници, купување на традиционална опрема, алати и материјали.

**Очекуван буџет:** Годишен буџет од 80.000 евра.

### 3.4.4 Воведување на е-трговијата во занаетчиската понуда

**Надлежни институции за имплементација:**Координатор на проектот: Министерство за економија  
Во соработка со: ЗКРМ и регионалните занаетчиски комори, Агенција за поддршка на претприемништвото, занаетчиите и интернет снабдувачите

**Временска рамка:** 36 месеци (2013 - 2015 година)

**Вовед во проектот** – Новите начини за комуникација и продавање, дигитално креираат нови пазари и нови видови на поврзување помеѓу занаетчиите и потрошувачите ширум светот. Едно скорешно истражување од Европската комисија покажа дека 65% од сите МСП кои ги опфатиле со истражувањето, имале свои веб страни. Процентуалното учество изнесува: 63% за микро-претпријатијата, 80% за малите претпријатија, до 90% кај претпријатијата со средна големина. Генерално слични бројки се забележани во сите ЕУ држави. Истото истражување покажува дека: (а) повеќето од веб страните се користат за давање на општи информации за претпријатието, (б) процентот на МСП кои ја користат својата веб страна е поскромен: 28% може да регистрираат нарачка на страната, а 14% имаат страни на кои може да се изврши наплата преку интернет.

Владата на РМ е многу активна во креирањето и развојот на информатичкото општество. Неколку такви мерки веќе се спроведени. Промоцијата и пошироката примена на е-трговијата во занаетчиството и малите бизниси значително ќе ја зголеми нивната конкурентност. Употребата на интернет од страна на занаетчиите, а особено апликации за е-трговија може значително да ги намали бариерите за интернационализација на нивните мали бизниси. Занаетчиите се сложуваат дека е-бизнисот има иднина и еден од чекорите што треба да биде направен на национално ниво е прифаќање на механизмите за е-трговија, овозможувајќи да се направат плаќање и трансфери на пари преку интернет (PayPal).

Целта на оваа активност е да се обезбедат консултантски услуги за најсоодветните технолошки алатки за е-трговија. Ова ќе овозможи поголема ефикасност, развој на комерцијална мрежа, градење на кориснички услуги и сигурно создавање на оригинални конкурентни понуди.

**Проектни цели:**

1. Да се промовира користењето на интернетот и е-трговијата меѓу занаетчиите, а со тоа и ќе се намалат бариерите за развој на бизнисот и интернационализацијата;
2. Употреба на меѓународните механизми за плаќање и трансфер на пари преку интернет (PayPal и други);
3. Да се поддржат занаетчиите во примена на е-трговијата преку давање на консултации и поддршка;
4. Да се стимулира воведување на нови бизнис модели во занаетчиството и со тоа да се зголеми ефикасноста и профитабилноста на занаетчискиот сектор во Македонија.

**Очекувани резултати:**

1. Ефективна примена на решенијата базирани на употребата на интернетот во занаетчиството што придонесува за раст и интернационализација;
2. Практична техничка поддршка за 30-50 занаетчии во развојот на веб сајтовите и е-трговијата;
3. Воведени PayPal и други интернет механизми за плаќање;
4. Воведени нови бизнис модели за занаетчиите.

**Активности:**

1. Идентификување на занаетчиските бизниси заинтересирани за примена на интернетот и е-трговијата;
2. Идентификување на надворешни експерти кои ќе ги поддржат занаетчиите на ова поле;
3. Одржување на средби со занаетчии за идентификување на нивните работни процеси, анализа на целните пазари (држави) и други фактори за креирање на интернет базирани решенија;
4. Развој на решенија базирани на интернет за поединечни занаетчиски бизниси;
5. Овозможување техничка поддршка по примената на решенијата базирани на интернет за одреден период (на пример 12 до 15 месеци);
6. Оценка за ефективноста на поддршката.

**Очекуван буџет:** 35.000 евра годишно.

### 

### 3.4.5 Усогласување на производите со висока додадена вредност со меѓународните стандарди за квалитет и еко-сертификација[[2]](#footnote-2)

**Надлежни институции за имплементација:**

Проект координатор: Министерство за економија

Во партнерство со: Министерство за животна средина и просторно планирање и Занаетчиска Комора на Р. Македонија.

**Временска рамка:** Креирање на институција за еко-сертификација, 18 месеци (2014 - 2015 година). Континуирана поддршка (2016 - 2020 година)

**Вовед во проектот –** Еден од важните критериуми за развој на занаетчиството е утврдување на стандарди за квалитет. Ознаката за квалитет е сигнал за потрошувачите, јавноста, но и стандард кон кој занаетчиите треба да стремат. Еколошките производи и услуги имаат натпросечен раст на пазарот во последните години. Занаетчиските производители треба да се позиционираат успешно на овие пазари кои ќе обезбедат поголема профитабилност и ќе придонесат за поодржлив економски развој. Македонија планира да основа организации кои ќе бидат дел од меѓународно препознатливата еко-сертификациона мрежа.

**Добра пракса**

**Деметер Интернешнл**

Деметер е еколошка непрофитна асоцијација која претставува мрежа од индивидулни еко-сертификациски организации. Основана е во 1997 година во Германија. Во моментов, Деметер Интернешнл има 16 членки организации од Европа, Америка, Африка и Нов Зеланд. Сè заедно, Деметер Интернешнл има околу 4200 производители од 43 земји.

Деметер е бренд за производи од Biodynamic Production. Само ограничен и контролиран број на партнери имаат дозвола да го користат брендот. Сложена верификација на процесот обезбедува стриктно следење на стандардите на Деметер Интернешнл Продакшн, како и на апликативните органски регулативи во различни земји. Деметер фармерите и производителите активно учествуваат во дефинирање на иднината за која вреди да се живее, преку производство на здрава храна. Деметер Интернешнл нуди поддршка за обуки, сертификација и промоција.

Извор: http://www.demeter.net/

**Проектни цели:**

1. Да се придонесе во создавањето на висококвалитетни и производи и услуги со висока додадена вредност во занаетчискиот сектор;
2. Да се промовира примена на меѓународните стандарди за квалитет и еко-сертификација меѓу занаетчиите;
3. Да се поддржат занаетчиите во процесот на изборот на стандарди за квалитет.

**Очекувани резултати:**

1. Ефективна примена на меѓународно признати сертификати за квалитет и еко-сертификати ќе придонесе за подобрена конкурентност на занаетчиството;
2. Најмалку 20 занаетчиски бизниси се поддржани при примената на сертификат за квалитет и/или еко-сертификат годишно.

**Активности:**

1. Создавање на институција за еко-сертификација во Македонија;
2. Идентификување на занаетчиски бизниси кои се заинтересирани за примена на меѓународните стандарди за квалитет и еко-сертификација;
3. Спроведување кампања за подигање на свеста меѓу занаетчиите за важноста и практичните ефекти од примената на меѓународните стандарди за квалитет и еко-сертификацијата;
4. Градење на капацитети за примена на стандардите.

**Очекуван буџет:** 50.000 евра годишно за обуки за примена на квалитет или еко-сертификација.

# 4. Имплементација на Стратегијата за занаетчиство и акциониот план

## 4.1 Меѓуминистерска структура за реализација

Неколку министерства се задолжени за подобрување на правната рамка за занаетчиството, како и за мерките за развој и подобрување на конкурентноста. Поради тоа, при спроведување на активностите ќе треба да се воспостави меѓуминистерска и меѓуинституционална координација. Ќе се основа Меѓуминистерски комитет за занаетчиство (ММКЗ), кој ќе биде раководен од Министерството за економија и ќе има претставници од Министерството за образование и наука, Министерството за труд и социјална политика, Министерството за култура, Секретаријатот за европски прашања и други релевантни владини агенции.

**Слика 1: Организациска структура за ММКЗ**

**ММКЗ**

Занаетчиска комора на Република Македонија

**Министерство за економија**

Секретаријат за евро. прашања

Министерство за труд и соц.пол.

Министерство за образование и наука

Министерство за култура

Координирани Владини активности за развој на занаетчиството

ММКЗ ќе ги има следниве задачи:

1. Меѓуминистерска и меѓуинституционална координација за имплементација на стратегијата и акциониот план;
2. Помагање на јавно-приватниот дијалог за реализација на стратегијата и акциониот план (во соработка со ЗКРМ и релевантните регионални занаетчиски комори);
3. Подобрување на правната рамка и активностите за подигнување на свеста за занаетчиството;
4. Донаторска координација за имплементација на стратегијата;
5. Други релевантни задачи.

## 4.2 Следење и оценување на стратегијата

Имплементацијата на стратегијата и акциониот план ќе се следи за да се обезбеди задоволителен напредок и редовно да се рефлектираат промените кои би настанале во економските услови и лекциите научени во текот на имплементацијата. Следењето и оценувањето се потребни заради периодично вреднување на реализираноста, ефикасноста, релевантноста и влијанието (очекувано и неочекувано) на стратегија и акциониот план врз целите на стратегија. Министерството за економија и ММКЗ ќе бидат вклучени во следењето и оценувањето, но важно е да се вклучат и другите инволвирани страни, како и мислењето на јавноста во оценувањето на реализацијата на стратегијата. Достигнувањата и напредокот во имплементацијата на стратегијата треба јавно да се промовира и политички да се поддржи и тие се клучни за одржување на напредокот и за генерирање на ентузијазам и сигурност помеѓу занаетчиите во Македонија, дека стратегијата се имплементира.

Следењето претставува континуирано оценување на напредокот во имплементацијата на стратегијата и акциониот план бидејќи тие се однесуваат на конкретни иницијативи, договорени рокови и употреба на влезните ресурси, инфраструктура и услуги на инволвираните страни. Следењето е потребно бидејќи обезбедува за Министерството за економија и другите инволвирани страни, континуирана повратна информација за самата реализација, така што моменталните или потенцијалните успеси или проблеми може навремено да се детектираат и да се направат соодветни корекции за успешно одвивање на целиот процес. Министерството за економија ќе формира управен одбор за стратегијата, кој ќе ја надгледува имплементацијата на стратегијата и акциониот план. Во управниот одбор ќе има претставници од клучните министерства, занаетчиските комори и од другите релевантни институции/организации, вклучувајќи ги и заинтересираните донатори. Работилница за надгледување и евалуација треба да се организира веднаш по усвојувањето на стратегијата и акциониот план, за време на кој треба да се изработи временска рамка, вклучувајќи и листа на проекти и индикатори.

Министерството за економија и управниот одбор ќе спроведуваат полугодишни оценувања за време на имплементацијата како прв преглед на напредокот и прогноза за ефектите од имплементацијата на стратегијата, како и за утврдување на потребните корекции во стратегијата и акциониот план. Следењето и оценувањето ќе бидат поделени во 2 категории: 1) надгледување на „*процесот*“, фокусирајќи се на имплементација на одредени активности, проекти и програми и 2) оценка за „*постигнатите резултати*“, која ќе се фокусира на целокупните достигнувања.

Следењето на процесот ќе се фокусира на напредокот во имплементацијата и како да се подобри процесот на имплементација на стратегијата и акциониот план. Додека оценката за „постигнатите резултати“ ќе оценува дали програмата ги дава посакуваните резултати во однос на вработувањата, приходот, извозот, квалитетот, обуките и други цели.

Следењето на напредокот на имплементацијата ќе биде приоритет во текот на првите 3 години. Министерството за економија и управниот одбор ќе ја надгледуваат почетната имплементација на стратегијата и акциониот план и ќе се состануваат еднаш месечно за време на првите 2 години на имплементацијата, а секој втор месец за време на третата година. Следењето ќе се изведува од членовите преку посети на терен, преглед на дадените услуги и преку информационен систем за менаџмент поставен на веб сајтот. Лидерите за одредена активност и проектните лидери треба да бидат консултирани редовно за надминување на проблемите, пронаоѓање на решенија, советување и помош при пристапот до информации и ресурси. Целта на надгледувањето е да се оцени тековната ситуација, да се идентификуваат проблемите и да се најдат решенија, да се увидат трендовите и насоките, да се обезбеди придржување до роковите, да се мери напредокот кон целите и да се коригираат акциите за да се обезбеди постигнување на целите и да се донесуваат навремени одлуки за финансиските, материјалните и човечките ресурси.

Оценката на влијанието од стратегијата и акциониот план ќе се направи по 3 години. Целта на оценување на влијанието е: да се утврди колку ефективни биле стратегија и акциониот план; да се утврди колку се исполниле зацртаните цели; да се утврди ефикасноста во спроведувањето на активностите; и да се изработи документ за „научените лекции“ со цел да се подобрат идните активности за поддршка на занаетчиството.

1. Центарот за занатечиски дизајн и иновации ќе биде основан и ќе работи во рамки на постојните институции (Занатечиска комора на РМ) максимизирајќи ги своите напори во насока на понуда на услуги за дизајн и иновации, а преку поврзување на истаржувачките, дизајнерските и занаетчиски дејности. Меѓународните искуства покажуваат дека клучен фактор за успех на ваквите институции е пред се инвестирањето во способностите за иновации, дизајн и вмрежување и тоа многу повеќе отколку инвестирање во нови згради, објекти за тренинг или слично. Истиот ќе функционира како центар на тренери и експерти преку развивање на одржлива база (мрежа) на податоци за домашни и меѓународни know-how снабдувачи на услуги за унапредување на занатечиското производство. Центарот може да прерасне во значаен генератор на креативни, вешти и динамични водачи кои треба да ја придвижат иднината на занаетчиството. [↑](#footnote-ref-1)
2. За реализација на ова активност ќе се земат во предвид одредбите од Законот за животна средина [↑](#footnote-ref-2)