

МОЈАТА АКТИВНОСТ

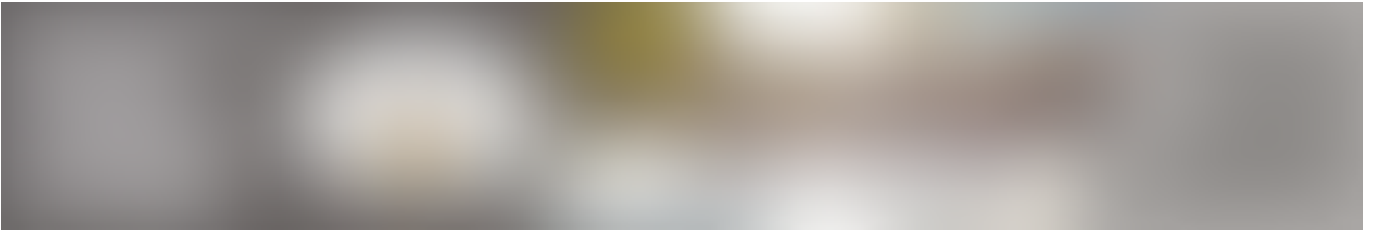
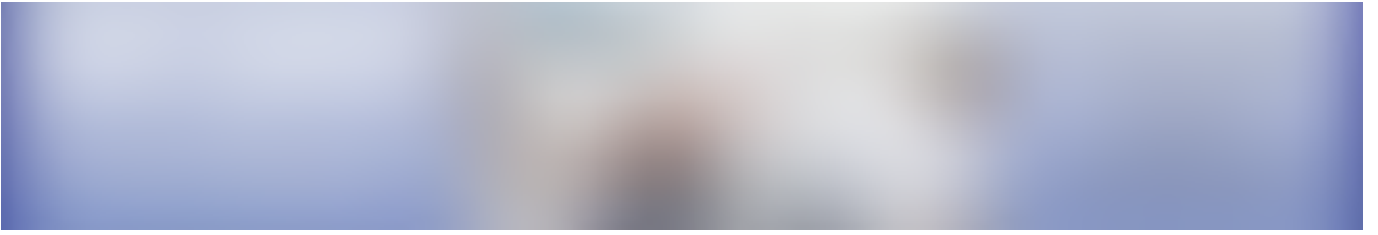
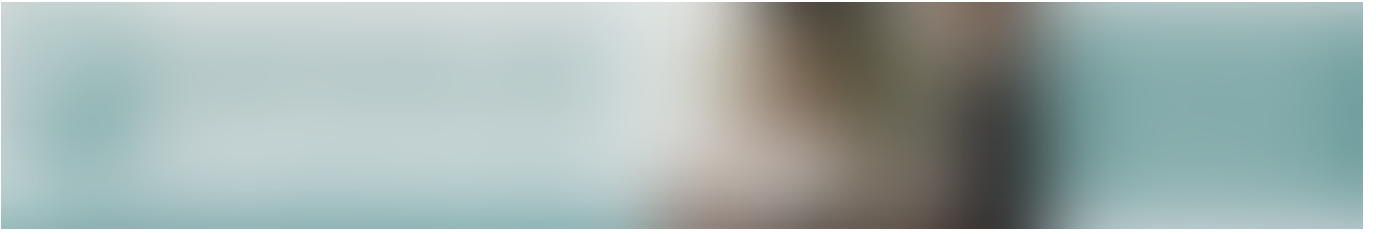
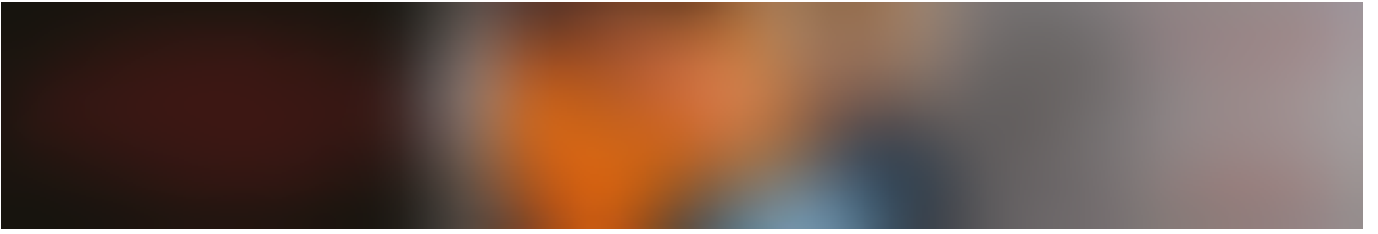
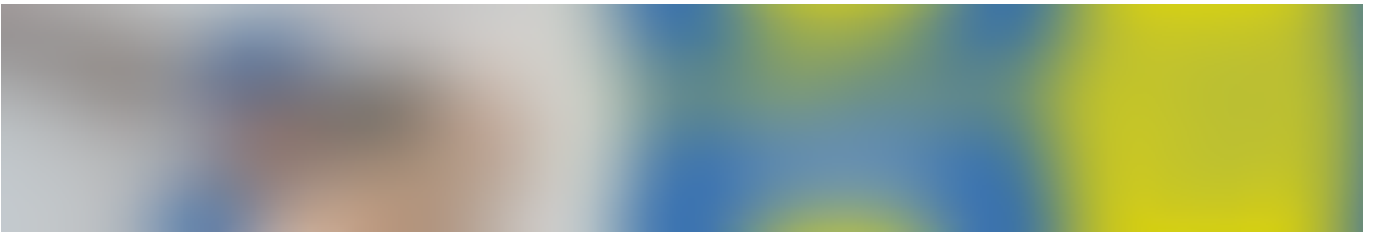
БРОЈ 1

ПРОЛЕТ 2025.

Што е потребно за Северна Македонија да развие своја тешка индустрија?

Дали бојкотот на потрошувачите може да донесе промена?

Преглед на моменталната ситуација и идните трендови



Издавач:

Дигитална Агенција ДООЕЛ
Кај Димитар Влахов бр. 3/3
Скопје

Web:

www.mojata-aktivnost.mk

Телефон:

072 218 905

e-mail:

info@digital-agencija.mk

Фотографија на корица:

Freepik – Yolanda

Текстове написао:

Никола Бурегев

ВОВЕДЕН ЗБОР

Секој економски и општествен сектор има своја динамика, предизвици и можности, а магазинот „Мојата активност“ е тука да ги анализира и истражи најрелевантните теми што ја обликуваат македонската економија. Овој бизнис-именик е креиран за да обезбеди јасен и структуриран преглед на компании од различни индустрии, овозможувајќи им полесно позиционирање на пазарот и подобра видливост кај потенцијалните клиенти и партнери.

Кога една компанија е дел од релевантен деловен именик, тоа не само што ја зголемува нејзината препознатливост, туку и придонесува за нејзиниот кредибилитет и за нејзината доверливост. Ова е особено важно за малите и за средните бизниси, кои можеби немаат ресурси за големи маркетинг-кампањи, но преку ваква платформа можат да дојдат до нови деловни можности, партнерства и соработки.

Бизнис-имениците играат клучна улога во современиот пазар, обезбедувајќи простор за промоција, вмрежување и позиционирање на компаниите како релевантни играчи во своите индустрии. Овој именик ќе ви помогне да го пронајдете вистинскиот партнер, добавувач или клиент, отворајќи врати за нови можности и за долгорочни успешни соработки.

Во премиерното издание на „Мојата активност“ ја разгледуваме конкурентноста на македонските производи на меѓународниот пазар и можностите за извоз, како и резултатите од 2024 година - позитивните и негативните страни. Овој број нуди увид и во моменталната состојба и идните трендови во малопродажбата и услугите, како и прифаќањето на онлајн купувањето во Македонија во споредба со регионот. Ги анализираме и семејните бизниси, кои се соочуваат со конкуренцијата на големите маркети и можностите што ги носи потрошувачкиот бојкот.

Финансиските и правните услуги стануваат сè позначајни, а во рубриката „Право и финансии“ истражуваме како се развива сметководството како бизнис и кои дигитални алтернативи се појавуваат. Ги анализираме и предусловите за развој на тешката индустрија и донесуваме пресек на најавените државни градежни проекти, движењето на цените на новоградбите и бројот на издадени градежни одобренија.

Недостигот на медицински персонал е една од најгорливите теми, а во овој број се фокусираме на тоа како ова влијае врз приватните клиники и здравствени домови. Во сферата на туризмот и угостителството, дискутираме за позиционирањето на Македонија на гастрономско-туристичката мапа, како и за туристичките можности надвор од Скопје и од Охрид.

Деловните имениците и огласници помагаат во создавањето мостови помеѓу понудата и побарувачката во бизнис-светот, олеснувајќи ја комуникацијата, поврзувањето и растот на бизнисот, а се надеваме дека на овој начин и вашата понуда ќе го најде патот до вистинскиот клиент.

Содржини

ИНДУСТРИЈА И ЗАНАОТЧИСТВО

- 6 Што е потребно за Северна Македонија да развие своја тешка индустрија?
- 8 Дали може од старите занаети да се направи успешна туристичка промотивна приказна во Македонија?

ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО

- 14 Туризмот во Македонија надвор од Скопје и од Охрид
- 18 Каде е Северна Македонија на гастрономско-туристичката мапа и зошто не е подобро промовирана?

ТРГОВИЈА

- 22 Дали македонските граѓани го прифатија онлајн купувањето и како стоиме во споредба со регионот?
- 26 Семејните бизниси во сенка на големите маркети: Дали бојкотот на потрошувачите може да донесе промена?
- 29 Трговија и услуги во Македонија: Преглед на моменталната ситуација и идните трендови

ЗДРАВСТВЕНИ УСЛУГИ

- 34 Приватни клиники и здравствени домови - како недостигот на работници влијае на безмилосната трка на приватниците

АВТОМОТО И ТРАНСПОРТ

- 38 Колку дефицитот на професионални возачи во регионот се одразува и на Северна Македонија?
- 42 Трендови во продажбата на нови и на користени возила

НЕДВИЖНОСТИ И ГРАДЕЖНИШТВО

- 48 Најголемите најавени државни проекти и што се очекува од нив?
- 52 Раст или стагнација? Бројот на одобренја за градба и цените на новоградбата во 2024 година

КУЛТУРА И ОБРАЗОВАНИЕ

- 60 Лето исполнето со култура: Што нуди туристичката сезона во 2025 година?
- 62 Понудата на приватните образовни установи – каков е односот помеѓу квалитетот и квантитетот?

ПРАВО И ФИНАНСИИ

- 68 Сметководството како бизнис: Расте ли потребата за овие услуги и кои се дигиталните алтернативи?

ИНСТИТУЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ

- 72 Граѓанската активност како двигател на општествените промени во Македонија

ЗЕМЈОДЕЛСТВО

- 78 Земјоделство - Резултати во 2024 година – позитивни и негативни страни
- 80 Во кои области е конкурентно македонското земјоделство и каде се неговите можности за извоз?

ТЕХНОЛОГИЈА И ИНТЕРНЕТ

- 86 Најуспешните домашни технолошки приказни. Зошто успеаја, и дали има на повидок нови стартапи?

СПОРТ И РЕКРЕАЦИЈА

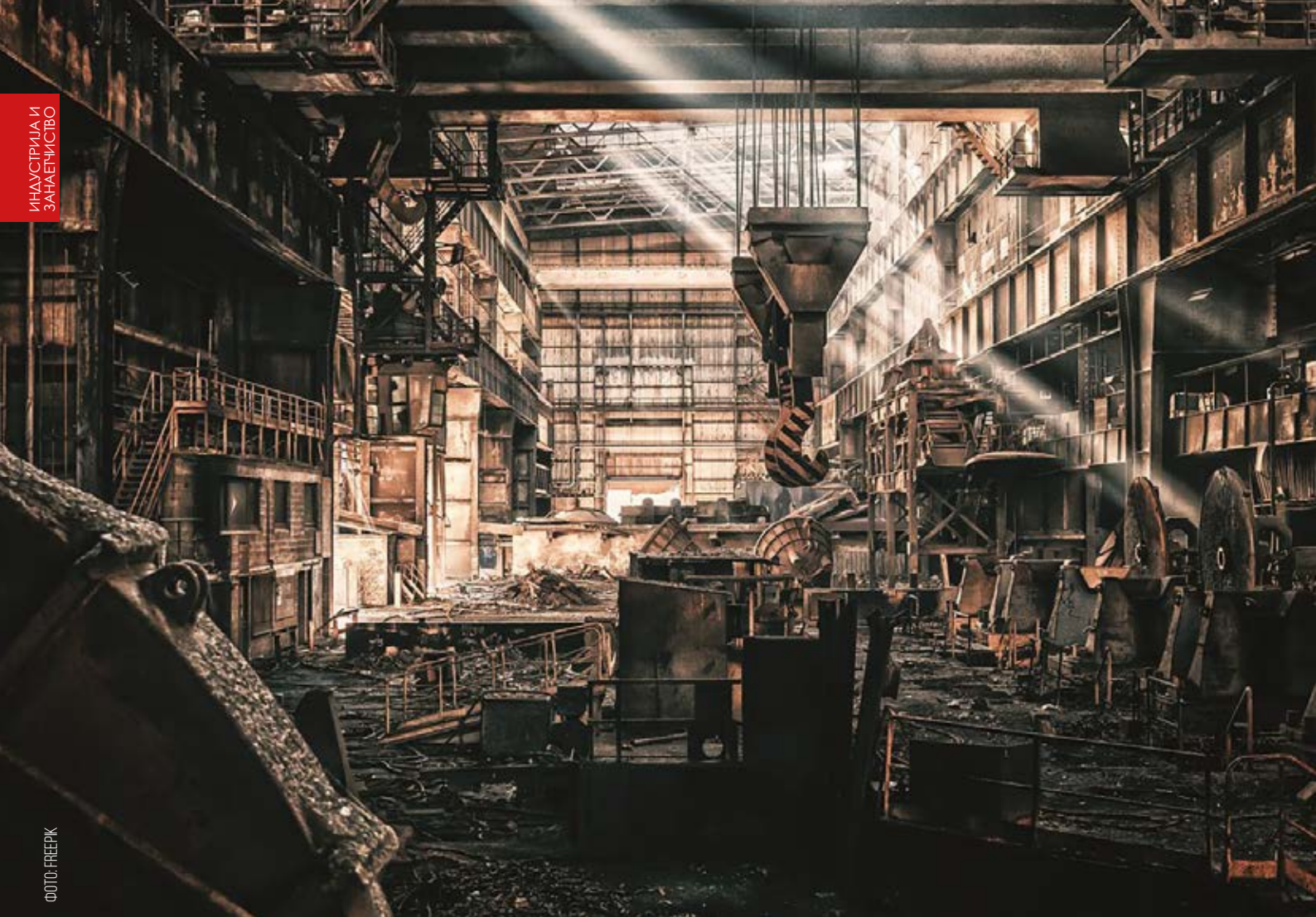
- 90 Колку македонските граѓани ги користат приватните спортски клубови и фитнес-центри?

УБАВИНА И НЕГА

- 94 Понудата на салоните за убавина и нега: Дали пазарот ги следи трендовите?

The image shows a multi-story industrial building facade. The building has a brick wall and large windows. A complex network of metal scaffolding and walkways is attached to the exterior. Large, cylindrical, metallic structures, possibly ventilation ducts or air conditioning units, are mounted on the facade. The entire scene is overlaid with a semi-transparent red gradient, which is darker on the right side. The text 'ИНДУСТРИЈА И ЗАНАЕТЧИСТВО' is written in white, uppercase letters on a solid red rectangular background in the center-right of the image.

ИНДУСТРИЈА И ЗАНАЕТЧИСТВО



Развојот на тешката индустрија како клуч за економски напредок на македонската држава

Што е потребно за Северна Македонија да развие своја тешка индустрија?

Тешката индустрија игра клучна улога во економијата на секоја земја, бидејќи ги создава темелите за развој на други индустриски сектори и обезбедува многу работни места. За Северна Македонија, која се наоѓа во срцето на Балканот, развојот на тешката индустрија претставува значаен предизвик, но и можност за забрзан економски раст и ослободување од зависноста од стран-

ски инвестиции и од увоз на индустриски производи.

Првиот и најважен чекор во развојот на тешката индустрија е стабилна и поволна економска политика која ќе стимулира инвестиции. Северна Македонија треба да ја подобри инфраструктурата и да ги модернизира своите енергетски капацитети, бидејќи тешката индустрија е енергетски многу интензивна и бара стабилни и евтини извори

на енергија. Важен аспект е и развојот на транспортната инфраструктура – нови патишта, железнички мрежи и пристаништа кои ќе овозможат полесен и поевтин транспорт на сировини и на готови производи.

Друг клучен фактор за развојот на тешката индустрија е инвестицијата во човечкиот капитал. Македонците треба да инвестираат во образование и во обука на работната сила, која ќе биде квалификувана да ги

извршува техничките и индустриските задачи кои се потребни за оваа индустрија. Зголемувањето на капацитетите за техничко образование и за иновации ќе создаде силна база за производство во секторите како што се металургија, машинска индустрија и хемиска индустрија.

Истовремено, за успешно да се развие тешката индустрија, Македонија мора да работи на подобрување на својата деловна клима и на правната регулатива. Ова вклучува елиминирање на бирократските пречки, подобрување на правната сигурност за инвеститорите и создавање на стимулативни услови за локални и странски компании да инвестираат во индустриски капацитети.

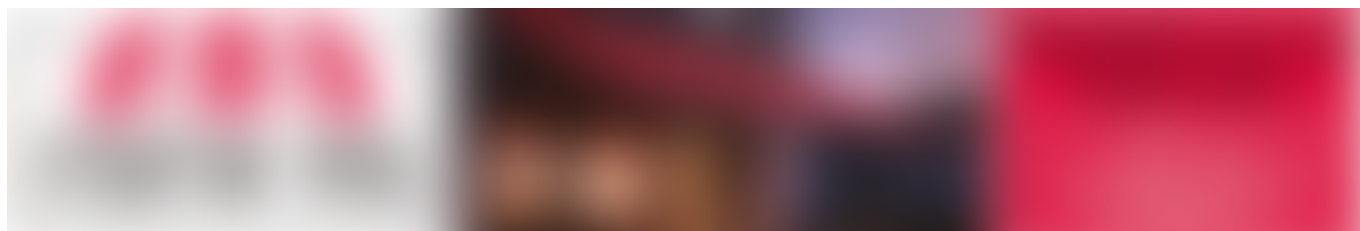
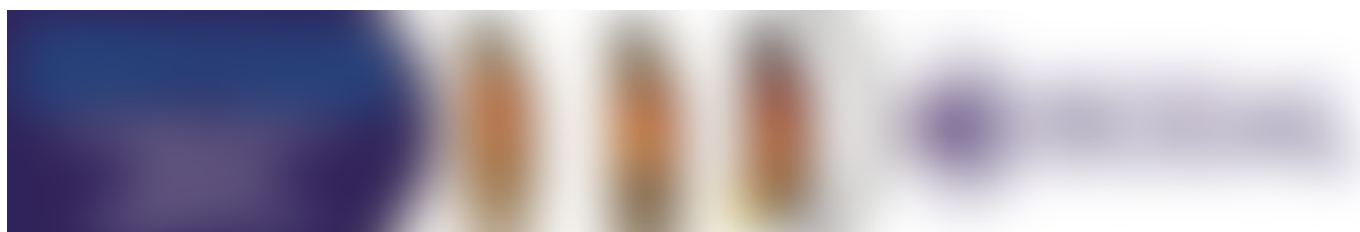
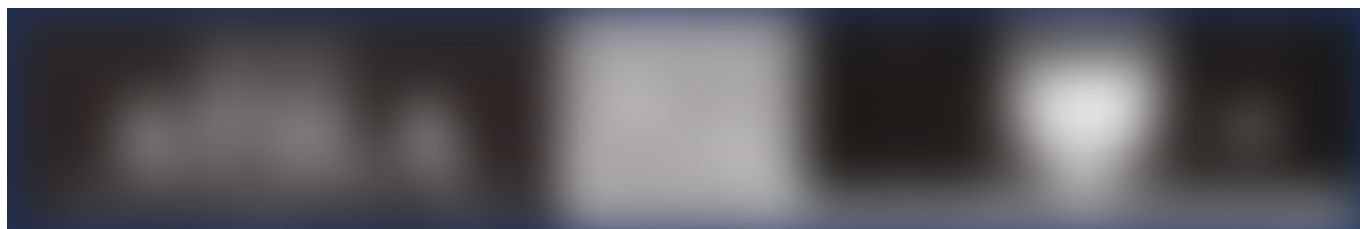
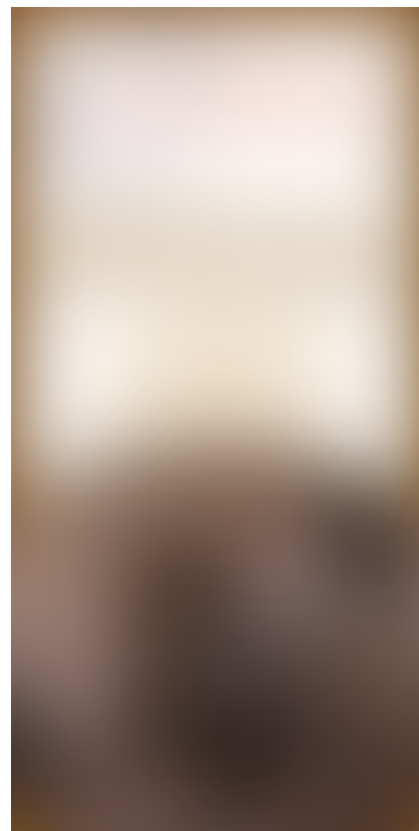
Дополнително, земјата треба да ја искористи својата географска положба за да стане регионален центар за производство и трговија на тешки индустриски производи. Северна Македонија има значајна стратегиска позиција на Балканот, што ја прави атрактивна за инвестирање и за соработка со соседните земји и со Европската Унија. Во оваа

насока, развојот на индустријата може да се потпира и на иновации и на нови технологии кои ќе го зголемат конкурентскиот потенцијал на земјата на глобалниот пазар.

Развојот на тешката индустрија може да донесе значителни економски придобивки, но тоа бара комплексен пристап кој вклучува внимателно планирање, инвестиции во инфраструктура и човечки ресурси, како и создавање поволна бизнис-клима. Ако македонската држава ова го реализира со соодветна поддршка и стратегија, тешката индустрија може да стане двигател на економскиот раст и да ја постави земјата на патот на одржлив развој.

На крајот, важно е да се има предвид дека развојот на тешката индустрија не е краткорочен процес. Потребно е време, но и стабилност на политичката и на економската сцена, како и континуирано вложување во иновации и во технологија. Со вистински приод и посветеност, Северна Македонија може да ги искористи својата индустриска историја и своите ресурси за да создаде

конкурентна и одржлива тешка индустрија која ќе придонесе за долгорочен економски напредок.



Македонските старински занаети – основа за автентичен туризам и за културна промоција

Дали може од старите занаети да се направи успешна туристичка промотивна приказна во Македонија?

Старите занаети претставуваат непроценливо богатство за културното наследство на Македонија. Во време кога туристите сè повеќе заинтересирани за автентични и за уникатни искуства, традиционалните занаети може да станат клучен елемент во создавањето на иновативна и на препознатлива туристичка понуда која ќе ја истакне богата историја и култура на земјата.

Од ткаењето, ковачката уметност, дрворезбата до рецидивни на поранешни занаетнички техники, Македонија има длабока врска со овие традиции. Тие може да претставуваат основа за развој на туризам, кој ќе ги привлече посетителите кои бараат нешто повеќе од обичен одмор – тие сакаат да се запознаат со богатото културно наследство и да учествуваат во процесите на создавање.

Во Македонија постојат бројни

занаетнички села и работилници кои нудат туристичка понуда која им овозможува на посетителите активно учество во традиционалните занаети. Локалните заедници во земјата, од Прилеп до Охрид и до Струга, не само што ги чуваат старите техники, туку и создаваат автентични сувенири и уметнички дела кои стануваат единствени туристички спомени. Посетителите може да научат како да ткаат, да создаваат дрвени изработки или да ковачат метал, притоа доживувајќи дел од срцето на македонската традиција.

Поддршката за старите занаети не само што ги чува и пренесува традициите, туку и создава нови можности за развој на локалната економија. Туризмот базиран на занаетчиството може да создаде нови работни места и да понуди можности за млади луѓе да учат и да усвојуваат вештини кои ќе ги применуваат како дел од сопстве-

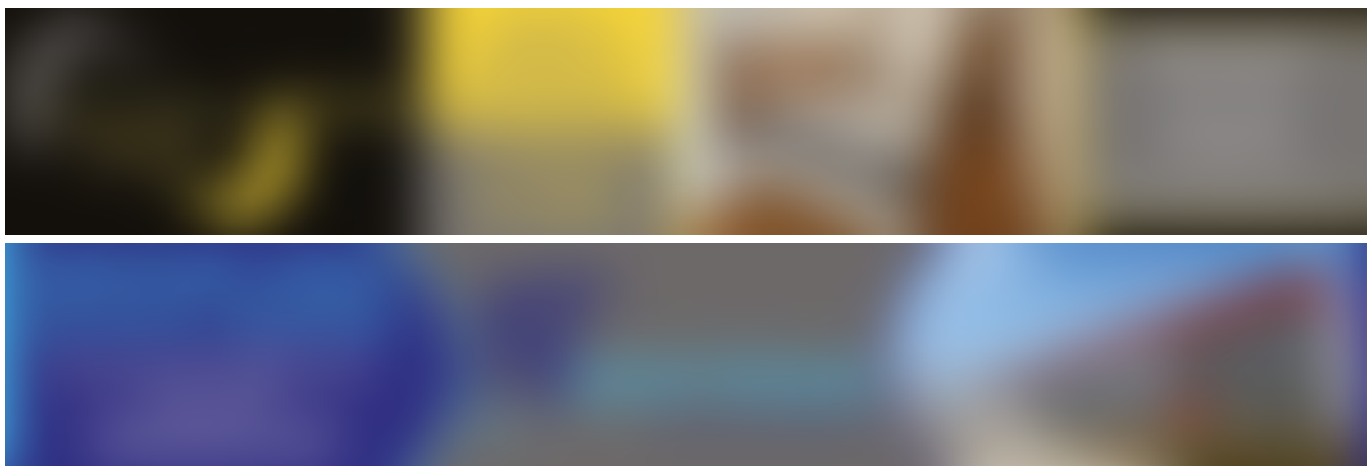




ФОТО: ФРЕЕРК

ни бизнис-концепти. Овој процес може да биде важен за обновата на многу традиционални села, кои со помош на туризмот ќе ја повратат својата живост.

Промовирањето на македонските старински занаети како туристички атракции не само што ја презентира богатата историја на земјата, туку и создава можност за Македонија да се позиционира како дестинација која нуди автентични искуства што ги поврзуваат туристите со локалната култура и обичаи. Од аспект на маркетинг-стратегииите, важно е да се создадат приказни кои ќе ги разбудат емоциите на посетителите и ќе ја доловат уникатноста на македонската традиција.

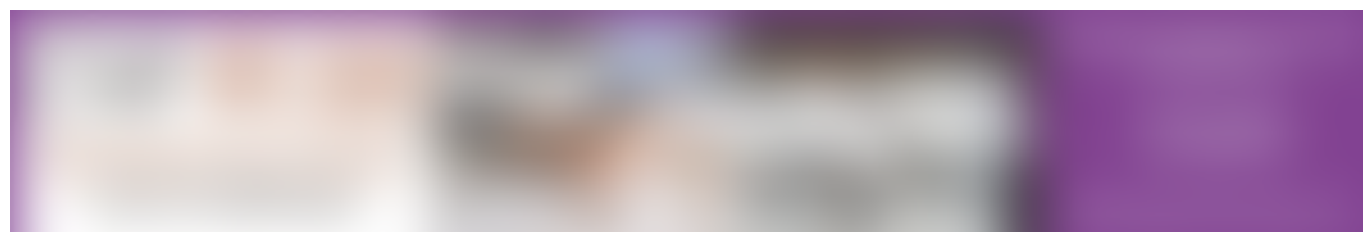
Во светот на модерниот туризам, кој често се фокусира на големи туристички центри и на стандарди-

зирани искуства, старите занаети нудат една поинаква, интимна перспектива. Македонија има уникатна шанса да ги промовира овие традиции не само како туристички атракции, туку како алатка за создавање на длабока врска меѓу туристот и местото. Кога посетители-

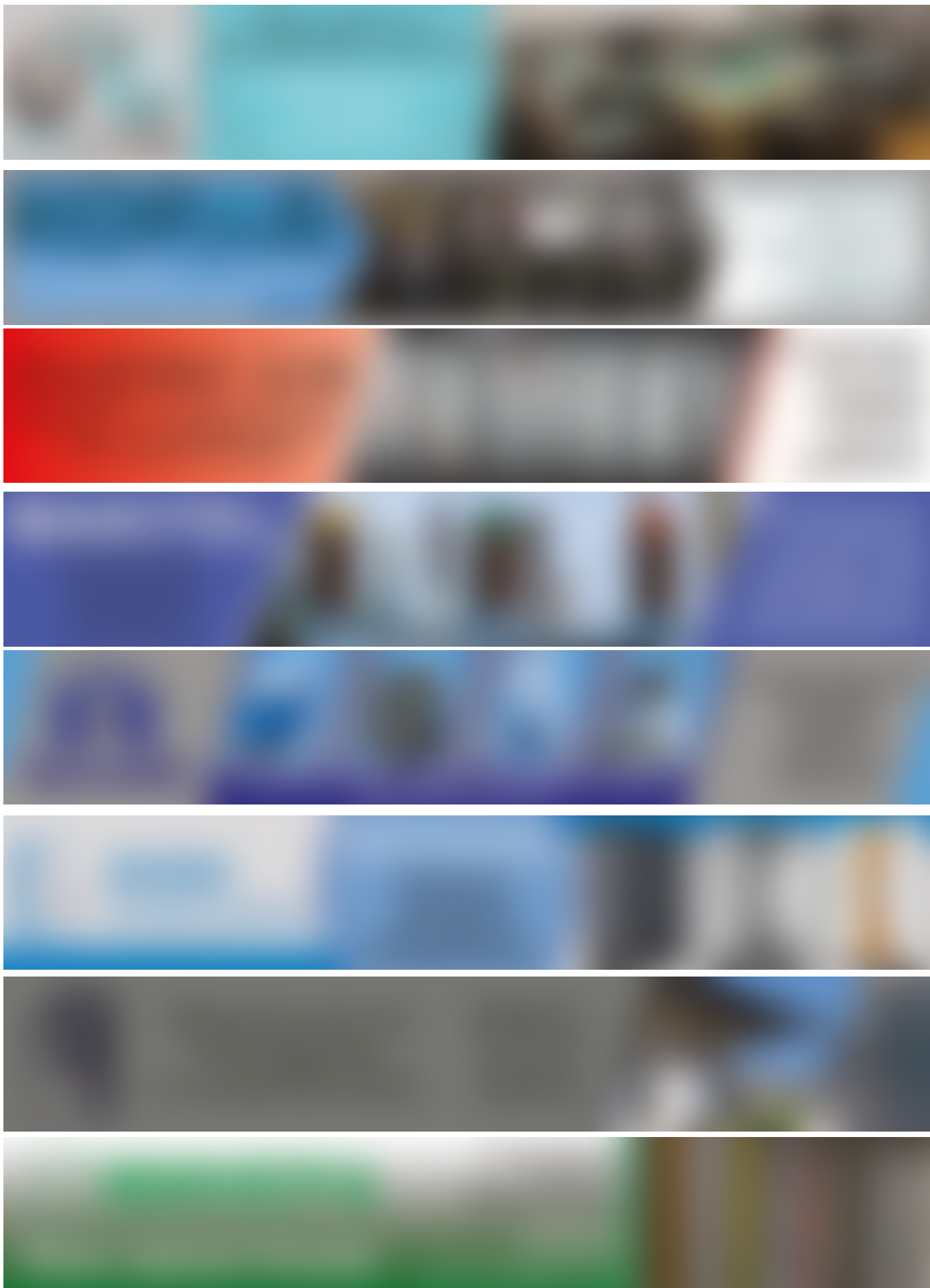


те активно учествуваат во процесот на создавање и учат за историјата на занаетите, тие се враќаат дома не само со сувенир, туку и со искуство кое нема да го заборават.

Македонија, со своето културно наследство, има потенцијал да стане лидер во туризмот базиран на старите занаети. Развивањето на оваа ниша не само што ќе го збогати туристичкото искуство, туку и ќе ги оживее локалните заедници, чувајќи ги и пренесувајќи ги вредностите на традицијата. Кога туристите се вклучуваат во процесот на изработка на занаетчиски производи, тие не само што учат за историјата, туку создаваат лична поврзаност со местото. Таквата врска со традицијата е она што ќе направи повторно да се вратат и да ја споделат својата автентична искуствена приказна со други. Ма-



Кедонија има вистинска шанса да ја искористи оваа прилика и да из- гради уникатна туристичка понуда | стинации кои нудат нешто повеќе од обичен одмор.









ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО

Туризмот забележа раст од 8,3 % во 2024 година. Каква е туристичката понуда надвор од главните туристички центри во државата?

Туризмот во Македонија надвор од Скопје и од Охрид

Македонската држава позната по своите туристички бисери Скопје и Охрид, бележи значителен раст во туристичкиот сектор. Според податоците на Државниот завод за статистика, во периодот јануари – ноември 2024 година, бројот на туристите е зголемен за 8,3 % во однос на истиот период од претходната година. Овој раст се должи главно на зголемениот број на странски туристи, кој пораснал за 13,8 %, додека бројот на домашните туристи е намален за 1 %.

Иако Скопје и Охрид остануваат најпосетуваните дестинации, останатите региони во земјата исто така бележат пораст на туристичкиот интерес. Во ноември 2024 година, Македонија ја посетиле 66.701 туристи, од кои 68,4 % биле странски, а 31,6 % домашни туристи. Овие податоци укажуваат на потенцијалот за развој на туризмот и во другите делови на земјата.

Планински туризам

Планинските региони во Македонија, како Маврово, Крушево, Попова Шапка и Берово, се сè попопуларни меѓу туристите, особено за време на зимската сезона. Според податоците на Државниот

завод за статистика, во зимските месеци од 2024 година, Маврово го посетиле околу 22.500 туристи, што е зголемување од 12 % во споредба со 2023 година. Попова Шапка бележи раст на посетеноста од 8 %, со околу 15.800 туристи во текот на зимската сезона. Во летните месеци, овие региони привлекуваат љубители на планинарење и на велосипедизам, при што бројот на туристи кои престојувале во планинските одморалишта се зголемил за 10 % во однос на минатата година. Туристите од соседните земји, како Србија, Бугарија и Грција, сочинуваат над 45 % од вкупниот број посетители во овие региони. Ова покажува дека природните убавини и авантуристичките можности стануваат важен дел од туристичката понуда.

Бањски туризам

Бањските центри во Дебар и во Катланово нудат уникатни можности за релаксација и за здравствен туризам. Во 2024 година, Дебарската бања „Цапа“ и Катлановска бања регистрираа пораст на бројот на посетители од 18 % во споредба со претходната година, со вкупно 12.500 туристи кои ги користеле бањските услуги. Најголем број од нив се домашни туристи,



но се забележува и зголемување на интересот од туристи од Турција и од Косово, кои сочинуваат околу 20 % од вкупниот број посетители. Овие центри нудат терапевтски третмани со природна минерална вода и кал, што ги прави атрактивни за туристите кои бараат одмор и здравствена регенерација. Со инвестиции во модернизација на објектите и со маркетинг-кампањи насочени кон странскиот пазар, бањскиот туризам има потенцијал да стане значаен сегмент во туристичката индустрија.

Културен туризам

Културниот туризам бележи постојан раст, особено во градовите со богата историја како Битола,

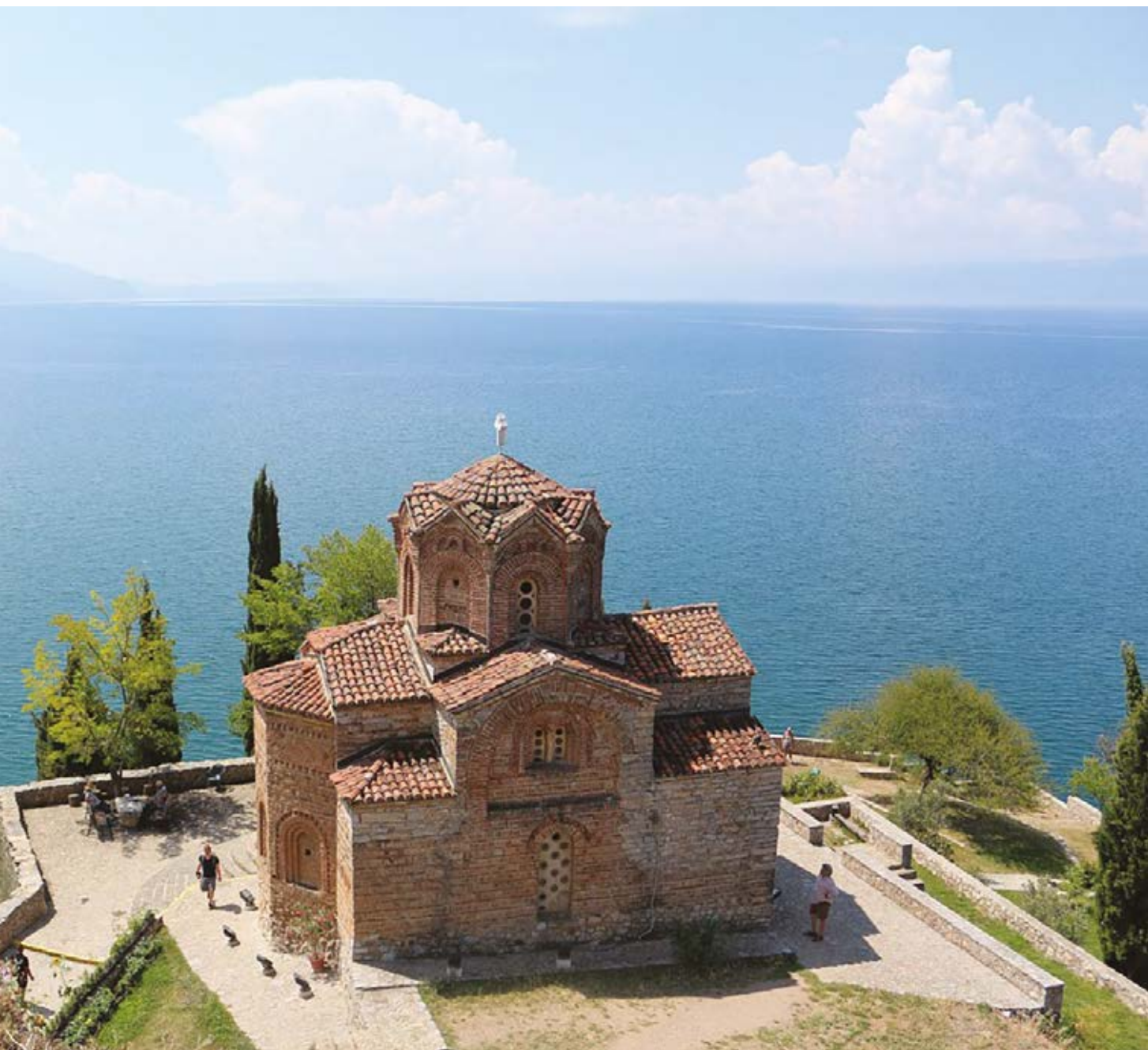
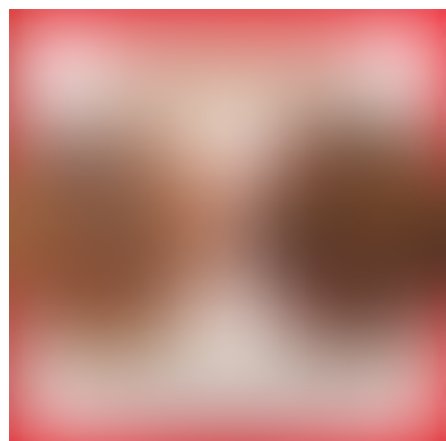
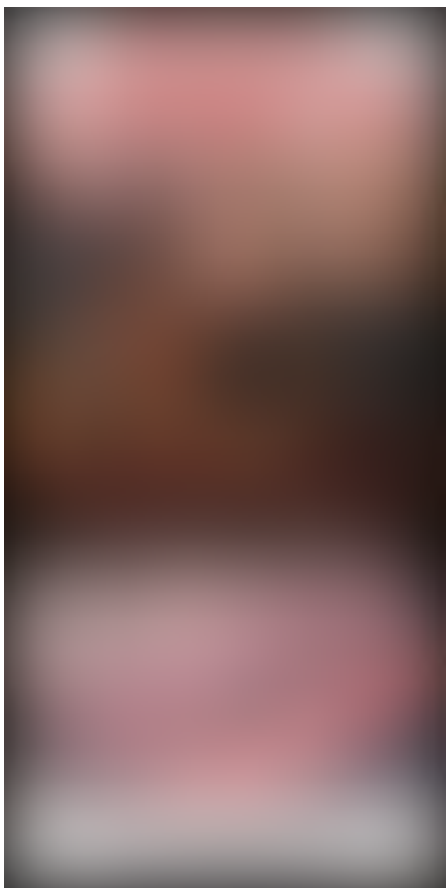


ФОТО: FREEPIK

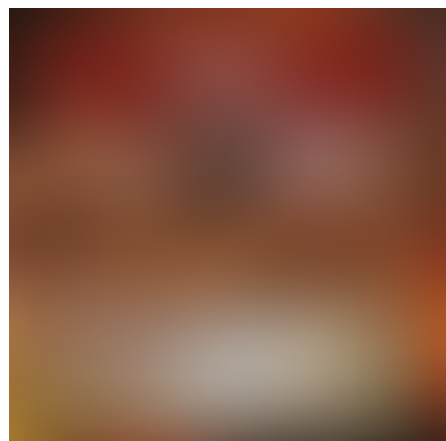
Штип, Прилеп и Струмица. Во текот на 2024 година, Битола ја посетиле над 42.000 туристи, што претставува зголемување од 9 % во однос на

претходната година. Штип и Прилеп, благодарение на локалните манифестации како „Пастрмај-лијада“ и „Карневалот на Прочка“,

привлекле заедно над 25.000 туристи. Посетеноста на античките локалитети како Хераклеја и Стоби се зголемила за 15 % во однос на



2023 година, со над 18.000 посети. Во Струмица, карневалот во февруари привлече над 5.000 странски туристи, што е рекорден број



досега. Зголемувањето на интересот за културните манифестации и историските локалитети покажува дека културниот туризам може да стане клучен фактор во развојот на туристичкиот сектор.

Езерски туризам надвор од Охрид

Иако Охридското Езеро останува најпопуларна езерска дестинација, Преспанското и Дојранското Езеро бележат стабилен раст на посетеноста. Во 2024 година, Преспанското Езеро го посетиле околу 16.000 туристи, што претставува

зголемување од 7 % во споредба со претходната година. Туристите главно доаѓаат од соседните земји, а зголемување има и кај домашните посетители, особено за време на летната сезона. Дојранското Езеро привлело околу 18.500 туристи, што е пораст од 11 % во однос на 2023 година. Причината за овој раст е подобрената инфраструктура и понудата на сместувачки капацитети. Понудата на активности како риболов, езерски спортови и велнес услуги придонесуваат за зголемениот интерес на туристите за овие дестинации.



ФОТО: FREEPIK

Потенцијал за идниот развој на туризмот

Македонската држава покажува значителен потенцијал за развој на туризмот надвор од Скопје и од Охрид. Планинските, бањските, културните и езерските дестинации бележат раст на посетеноста, поддржан од подобрување на инфраструктурата и проширување на туристичката понуда. Според статистичките податоци, бројот на туристи во 2024 година продолжува да расте, при што најголем интерес се забележува кај туристите од соседните земји, како и кај домашните

посетители. Со стратегиски инвестиции и насочени промотивни кампањи, Македонија може да се позиционира како атрактивна туристичка дестинација на Балканот, нудејќи разновидни искуства за туристите.

За да се искористи целосниот потенцијал на туризмот надвор од Скопје и од Охрид, потребно е да се вложи во подобрување на инфраструктурата, зголемување на капацитетите за сместување и развој на дополнителни туристички атракции. Организирањето на тематски тури, како што се вински тури во Тиквешкиот Регион, екотури во национал-

ните паркови и авантуристички тури во планините, може да го зголеми интересот кај странските и кај домашните туристи. Дополнително, поддршката за малите семејни бизниси, како што се етнорестораните и руралните домаќинства, ќе придонесе за автентично туристичко искуство. Со соодветна стратегија и со активно вклучување на локалните заедници, туризмот во Македонија може да стане значаен двигател на економскиот развој, создавајќи нови работни места и зголемување на туристичките приходи во наредните години.

Гастрономија и туризам: Како македонската држава може да се издигне на глобалната гастрономско-туристичка мапа?

Каде е Северна Македонија на гастрономско-туристичката мапа и зошто не е подобро промовирана?

Македонија, како земја со богата културна и историска традиција, располага со уникатна гастрономска понуда која сè уште не е доволно препознаена на глобалната гастрономско-туристичка мапа. И покрај напорите за промоција, останува прашањето зошто оваа дестинација не е подобро промовирана и кои се нејзините потенцијали.

Во 2023 година, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија објави гастрономска карта и водич за традиционални специјалитети, со цел збогатување на туристичката понуда и зголемување на промоцијата на државата. Оваа иницијатива има за цел да ги мапира регионите каде што се подготвуваат традиционални македонски јадења и да ги покани туристите на гурманска тура низ земјата.

Дополнително, во 2025 година беше промовиран потпроектот „Развој на ено-гастрономскиот туризам“ на „Тиквеш вински туризам“, со финансиска поддршка од Владата и од Европската Унија. Овој проект создаде нови туристички содржини, вклучувајќи сместувачки капацитети во адаптирани вински буриња и велосипедски патеки низ лозјата во Берово, со цел да се привлечат љубителите на виното и на гастрономијата.

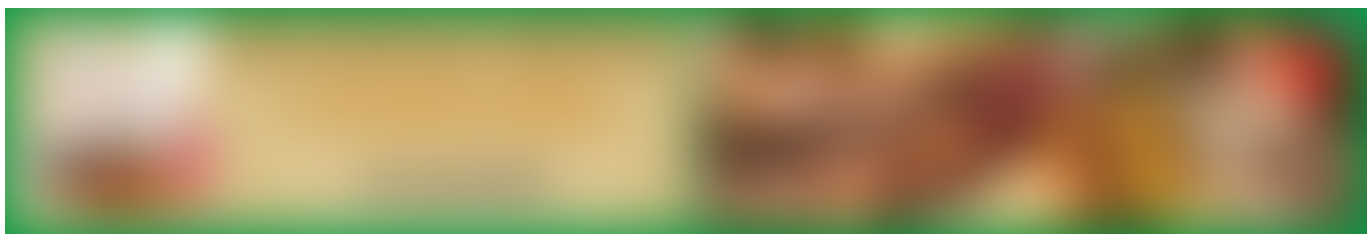
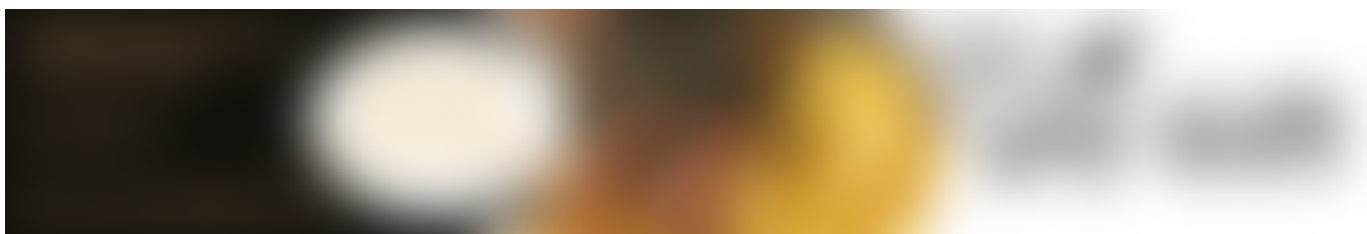
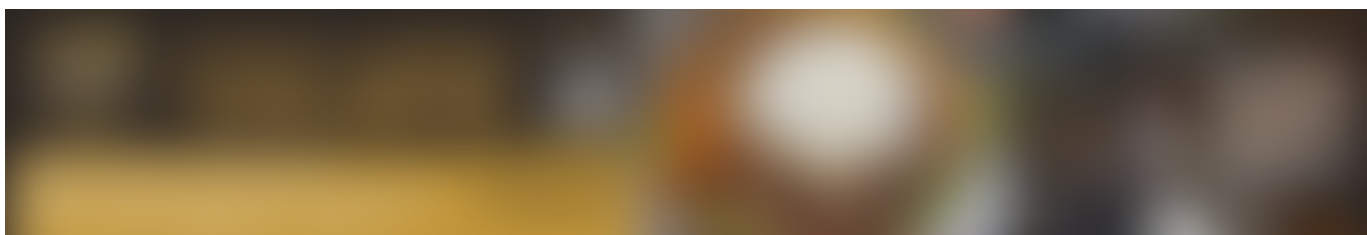




ФОТО: FREEPK

Според податоците на Државниот завод за статистика, во првите девет месеци од 2024 година, македонските ресторани и хотели оствариле рекорден приход од 270,2 милиони евра, што претставува зголемување од 23,7 милиони евра во споредба со истиот пе-

риод во 2023 година. Овој раст се должи на зголемената активност во угостителскиот сектор и на бројот на туристи кои ја посетиле земјата.

И покрај овие позитивни чекори, Северна Македонија сè уште не е доволно присутна на глобалната гастрономско-туристичка мапа.

Недоволната меѓународна промоција, ограничените маркетинг-кампањи и недоволната инфраструктура се некои од причините за оваа состојба. Потребно е засилување на напорите за промоција на македонската гастрономија на меѓународно ниво, учество на саеми

и на фестивали, како и соработка со меѓународни гастрономски организации.

Македонија има многу да им понуди на туристите. Традиционалните јадења како тавче-гравче, ајвар, пастрмајлија и разни видови пители се само дел од богатата кулинарска понуда. Секој регион во државата нуди специфични гастрономски искуства кои можат да ги воодушеват туристите. Во Охрид и во Струга, традиционалните специјалитети како охридската пастрмка и ѓомлезето се меѓу најбараните јадења. Во Кратово, познато по куличките и по старите камени мостови, гостите можат да вкусат домашни јадења како кратовски зелник и кумановски грав.

Во источниот дел на земјата, пченицата, медот и млечните производи се основа на локалната кујна,

со познатите специјалитети како велешката пита и штипската пастрмајлија. Овие регионални разлики создаваат можност за креирање на гастрономски тури низ земјата, кои ќе ги комбинираат храната, културата и историјата. Винските региони, како Тиквеш, нудат висококвалитетни вина кои се сè повеќе препознаени на меѓународно ниво. Организацијата на вински и на гастрономски тури, посетите на локални пазари и учеството во подготовка на традиционални јадења може да бидат атрактивни за туристите.

Сè поголем број туристи бараат автентични искуства и поддржуваат локално производство. Македонија има предност во овој аспект бидејќи многу ресторани и угостителски објекти користат свежи, органски производи од локалните

фарми. Поддршката на малите производители и организирањето на гастрономски саеми, каде што туристите ќе можат да ги вкусат локалните специјалитети и да запознаат занаетчиите, ќе помогне во градење на одржлив гастрономски туризам. Вклучувањето на локалните заедници во гастрономските проекти не само што ќе го зајакне економскиот развој, туку ќе го зголеми и интересот на странските туристи за македонската кујна.

Македонската држава има огромен потенцијал да стане значајна гастрономско-туристичка дестинација. Со соодветна промоција, подобрување на инфраструктурата и активно вклучување на локалните заедници, оваа земја може да го заземе заслуженото место на светската гастрономска мапа.





ТРГОВИЈА

Клучни фактори за успехот на онлајн трговијата во Македонија

ТРГОВИЈА

Дали македонските граѓани го прифатија онлајн купувањето и како стоиме во споредба со регионот?

Во изминатите неколку години, онлајн купувањето стана неизбежен дел од секојдневието на потрошувачите низ светот. Трендот на дигитализација значително го промени начинот на кој граѓаните купуваат, а Македонија не е исклучок од оваа глобална трансформација. Сепак, иако електронската трговија во земјата бележи континуиран раст, нејзиното прифаќање од страна на македонските граѓани сè уште се одвива со умерено темпо во споредба со некои соседни земји во регионот.

Експанзијата на онлајн трговијата во Македонија доби значителен замав за време на пандемијата со КОВИД-19, кога физичките продавници работеа со ограничен капацитет, а граѓаните беа принудени да бараат алтернативни начини за купување. Во овој период, многу локални бизниси започнаа со развој на сопствени е-продавници, а познатите меѓународни платформи, како што се AliExpress, Amazon и eBay, станаа уште попопуларни меѓу македонските потрошувачи. Платформите за групно купување и домашните онлајн маркети, како

што се Групер, Анхоч, Сетек и други, исто така го зголемија својот опсег на услуги.

Но, дали овој тренд продолжи и по пандемијата? Според достапните податоци, електронската трговија во Македонија расте, но и понатаму се соочува со неколку клучни предизвици. Главните фактори кои влијаат врз одлуката на граѓаните дали да купуваат онлајн се довербата во дигиталните плаќања, брзината и сигурноста на испораката, како и квалитетот на производите во однос на нивниот опис и на нивните фотографии.



ФОТО: ФРЕЕК

ТРГОВИЈА

Доверба во онлајн купувањето и во дигиталните плаќања

Еден од најголемите предизвици за пошироко прифаќање на онлајн купувањето во Македонија е недовербата на граѓаните кон електронските плаќања. Иако процентот на корисници на платежни картички расте, сè уште постои значителен број потрошувачи кои претпочитаат плаќање при испорака (cash on delivery). Оваа пракса е присутна и во други балкански земји, но во земји како Словенија и Хрватска, каде што дигиталните

плаќања се значително позастанени, онлајн купувањето е полесно прифатено.

Во споредба со Србија и со Бугарија, каде што финтек решенијата и мобилните плаќања се сè присутни, Македонија сè уште заостанува во однос на дигитализацијата на финансиските трансакции. Со подобрување на свеста за безбедноста на онлајн плаќањата и зголемената достапност на модерни платежни системи, би можело да се очекува уште поголем раст на е-трговијата.

Брзина и сигурност на испораката

Испораката е уште еден клучен аспект што влијае врз довербата на потрошувачите. Во Македонија, локалните онлајн продавници главно нудат испорака во рок од 24 до 48 часа, но понекогаш има доцнења, особено во помалите градови. За разлика од тоа, во Хрватска, Словенија па дури и во Србија, онлајн продавниците нудат побрзи логистички решенија, често во партнерство со меѓународни доставувачи.





Кога станува збор за купување од странски платформи, македонските потрошувачи се соочуваат со подолг рок на испорака, царински процедури и дополнителни трошоци, што може да го намали ентузијазмот за онлајн нарачки од надворешни продавници.

Категории на најбарани производи

Македонските граѓани најчесто купуваат технологија, облека, козметика и производи за домаќинство преку интернет. Во регионот, слични трендови се забележуваат, но во некои земји постои поголема склоност кон онлајн набавки на храна и на пијалаци. Во Хрватска, на пример, супермаркетите имаат добро развиени онлајн продавници со

достава до дома, додека во Македонија, ваквиот тип на услуга е сè уште во развој.

Во последниве години, значително се зголеми и продажбата на дигитални услуги – од купување на онлајн курсеви и видеоигри до претплати за стриминг платформи.

Онлајн купување и мали бизниси

Една позитивна промена што ја донесе растот на онлајн купувањето во Македонија е поддршката за малите бизниси. Сè повеќе локални брендови ја користат можноста да ги продаваат своите производи преку социјални мрежи и преку е-продавници, што им овозможува поширок досег до потрошувачите. Социјалните мрежи како Facebook и Instagram станаа главни алатки

за малите компании, кои често нудат директна комуникација со купувачите и флексибилни опции за нарачка.

Во споредба со регионот, ова е тренд што е особено забележлив и во Србија и во Бугарија, каде што малите занаетчии и стартапи сè повеќе се ориентираат кон онлајн продажба.

Што ни треба за поголем раст?

За македонските граѓани да го прифатат онлајн купувањето на повисоко ниво, неопходни се неколку клучни подобрувања. Прво, потребно е зголемување на довербата во дигиталните плаќања преку едукација и зголемена безбедност. Второ, подобрување на логистичките решенија и забрзува-



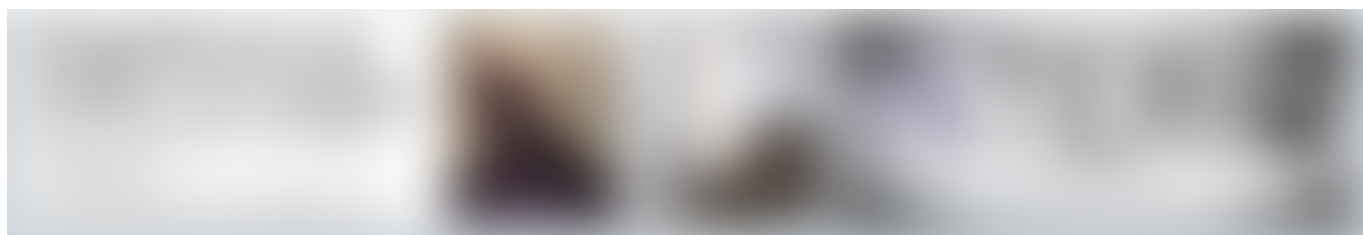
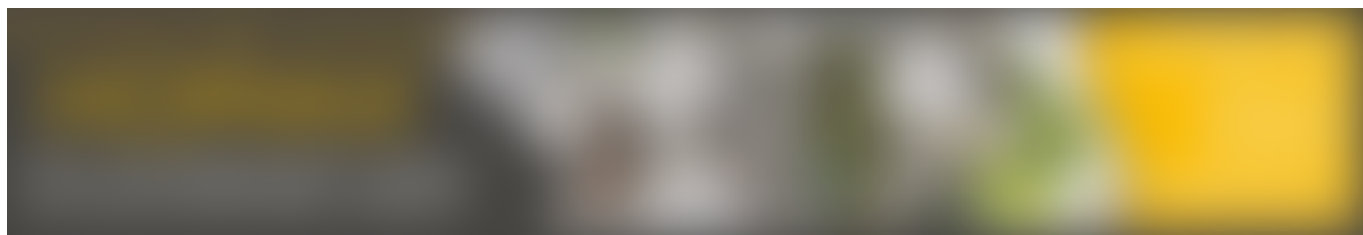
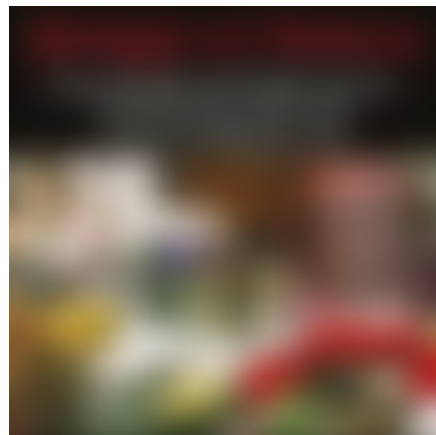
ње на испораките би ги мотивирало потрошувачите почесто да купуваат онлајн.

Дополнително, регулаторната поддршка за е-трговијата е важен фактор. Ова подразбира усогласување на законските рамки со европските стандарди, што би овозможило полесен пристап до меѓународните пазари за домашните е-продавници.

Македонија е на добар пат кога станува збор за онлајн купувањето, но сè уште заостанува зад некои

земји во регионот. Потрошувачите се сè повеќе заинтересирани за дигитална трговија, но потребни се подобрувања во платежните системи, логистиката и квалитетот на услугите за да се зголеми нивната доверба.

Со тековните трендови и со технолошкиот напредок, очекувано е дека онлајн купувањето ќе продолжи да расте, но неговата иднина во Македонија зависи од тоа колку брзо и ефикасно ќе се решат постојните предизвици.



Промените во малопродажниот сектор и борбата за опстанок на малите локални продавници

Семејните бизниси во сенка на големите маркети: Дали бојкотот на потрошувачите може да донесе промена?

Во последните години, малите семејни бизниси во Македонија се соочуваат со сериозни предизвици поради експанзијата на големите трговски ланци. Според податоците на Државниот завод за статистика, малите трговски објекти сочинуваат 78 % од вкупниот број на продавници во земјата, но нивниот удел во вкупниот промет на малопродажбата е намален на 32 % во 2024 година, што укажува на доминација на големите супермаркети и дисконтни ланци. Дополнително, анализите покажу-

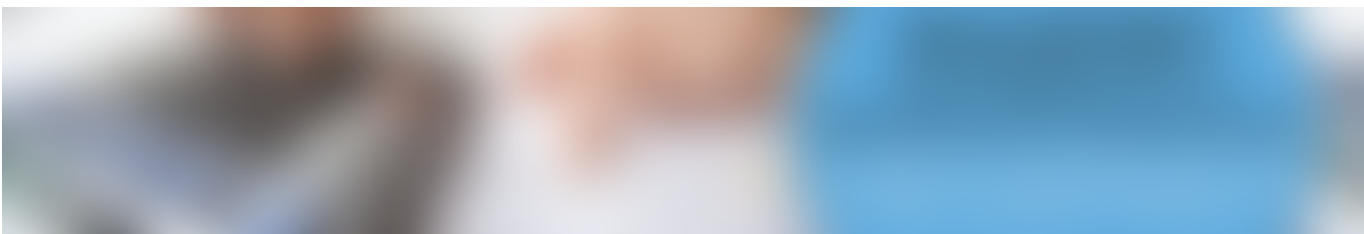
ваат дека во последните пет години, бројот на семејни продавници се намалил за 15 %, главно поради неможноста да се натпреваруваат со ниските цени и со маркетиншките стратегии на големите трговски синџири.

Во јануари 2025 година, македонските граѓани се приклучија на регионалниот тренд на бојкот на големите трговски ланци, изразувајќи незадоволство од високите цени на основните прехранбени производи. Овој бојкот резултираше со намалување на прометот во осумте најголеми трговски лан-

ци за речиси 50 % во споредба со претходниот петок. Податоците од Заводот за статистика покажуваат дека во истиот период, семејните продавници бележат зголемување на прометот за 12 %, што укажува дека потрошувачите сè повеќе се свртуваат кон локалните продавници како алтернатива на хипермаркетите.

Можности за опстанок и адаптација

Оваа ситуација отвора прашање: дали семејните продавници можат да го искористат овој мо-





мент за да го зацврстат своето присуство на пазарот? Бојкотот на големите ланци може да биде можност за малите трговци да привлечат нови клиенти, нудејќи персонализирана услуга, флексибилност во прилагодување на асортиманот и поддршка на локалната заедница. Според податоците од 2024 година, 62 % од македонските граѓани изјавиле дека би купувале од семејни продавници доколку имаат конкурентни цени и квалитетна услуга, што покажува дека постои основа за нивен раст и развој.

Сепак, за долгорочен опстанок, семејните продавници треба да

се соочат со неколку клучни предизвици. Прво, потребно е да инвестираат во модернизација и во дигитализација на своето работење, овозможувајќи онлајн нарачки и испорака. Истражувањата покажуваат дека само 18 % од малите продавници во Македонија користат дигитални алатки за нарачки и комуникација со потрошувачите, што е значително помалку во споредба со регионот. Второ, треба да се фокусираат на уникатни производи или услуги кои ги разликуваат од големите ланци, како што се домашно произведени или органски производи. Трето, сора-

ботката меѓу малите трговци може да доведе до создавање на заеднички набавки и маркетинг-стратегии, зголемувајќи ја нивната конкурентност.

Иднината на малите трговци на променливиот пазар

Покрај економските фактори, се забележува и зголемена свесност кај потрошувачите за поддршка на локалните бизниси. Според истражувањата, 62 % од македонските граѓани изјавиле дека би купувале од семејни продавници доколку имаат конкурентни цени и квалитетна услуга. Овој тренд е дел од поши-





роко движење во регионот, каде што потрошувачите бараат поодржливи и потранспарентни синцири на снабдување. Малите трговци можат да го искористат овој тренд преку јасно позиционирање како домашни и автентични бизниси.

Еден од најголемите предизвици за семејните продавници останува конкуренцијата во однос на цените. Големите трговски ланци можат да нудат попусти и акции благодарение на масовните набавки и економијата на обем. За да се натпреваруваат, малите продав-

ници треба да најдат алтернативни стратегии, како соработка со домашни производители, редовни програми за лојалност и специјални понуди за одредени категории на клиенти. Дополнително, подобрување на искуството на купување, како лично внимание кон клиентите и побрзо услужување, може да биде нивна предност.

Опстанокот на семејните продавници во следните години зависи од способноста за адаптација и иновација. Во време кога технологијата игра клучна улога во трговијата, диги-

тализацијата е неопходен чекор за малите бизниси. Отворање профили на социјалните мрежи, воведување на онлајн продажба и креирање партнерства со локални снабдувачи може да помогне во нивниот раст. Доколку се спроведат овие промени, семејните продавници не само што можат да опстанат, туку и да станат конкурентна алтернатива на големите синцири, особено во време кога потрошувачите почнуваат да вреднуваат квалитет и индивидуален пристап повеќе од масовните понуди.

По години на неизвесност, македонскиот туризам повторно заживува – кои фактори го поттикнаа закрепнувањето и што носи иднината?

Трговија и услуги во Македонија: Преглед на моменталната ситуација и идните трендови

Трговијата и услужниот сектор претставуваат значаен дел од македонската економија, обезбедувајќи работни места и креирајќи вредност за потрошувачите. Сепак, овие индустрии се соочуваат со брзи промени, кои се поттикнати од дигитализацијата, економските предизвици и новите барања на пазарот. Во овој текст ќе ги разгледаме клучните трендови и предизвици што ја обликуваат моменталната ситуација и ќе ги анализираме идните перспективи на секторот.

Растот на онлајн трговијата

Во последните неколку години, електронската трговија во Македонија значително се зголеми. Сè повеќе потрошувачи избираат да купуваат преку интернет, било да станува збор за домашни или за меѓународни веб-продавници. Овој тренд е поттикнат од зголемената достапност на онлајн плаќа-

ња, побрзата испорака и порастот на довербата кај потрошувачите.

Сепак, македонските компании сè уште се соочуваат со неколку предизвици во овој сектор. Некои од нив вклучуваат високи царински давачки за увоз на производи, слаба дигитална писменост кај одреден дел од населението и недоволно развиена логистичка инфраструктура. Во иднина, очекувано е дека локалните бизниси ќе инвестираат во подобрување на нивните е-продавници, автоматизација на процесите и персонализирани маркетинг-стратегии.

Промени во навиките на потрошувачите

Потрошувачите денес се многу поинформирани и имаат повисоки очекувања кога станува збор за квалитет, услуга и корисничко искуство. Модерниот купувач бара не само добри цени, туку и побрза испорака, флексибилни можности за плаќање и одлична кори-

сничка поддршка.

Компаниите кои ќе успеат да се прилагодат на овие нови барања ќе имаат предност на пазарот. Персонализацијата, лојалните програми и интеракцијата со клиентите преку социјалните мрежи се само некои од начините преку кои бизнисите можат да ги задржат своите купувачи и да изградат долгорочна доверба.

Предизвици со инфлацијата, синџирите на снабдување и работната сила

Економската неизвесност и глобалната инфлација значително влијаат на трговијата и на услугите во Македонија. Синџирите на снабдување и понатаму се ранливи, што доведува до повисоки цени на производите и до логистички проблеми.

Дополнителен предизвик е недостигот на квалификувана работна сила, особено во услужниот сектор. Сè повеќе млади луѓе бара-





нолошките иновации и од новите деловни модели. Некои од најзначајните трендови кои ќе влијаат на секторот вклучуваат:

Автоматизација и вештачка интелигенција – Корисничката поддршка преку чат-ботови, автоматизираните магацини и анализите базирани на вештачка интелигенција ќе станат сè почести.

Интеграција на дигитални плаќања – Со зголеменото користење на мобилни апликации за плаќање, традиционалните готовински трансакции ќе продолжат да опаѓаат.

Оmnиканален маркетинг – Компаниите ќе комбинираат физички продавници, веб-продавници и социјални медиуми за подобро корисничко искуство.

Испорака истиот ден – За да останат конкурентни, бизнисите ќе инвестираат во побрзи решенија за испорака.

Трговијата и услужниот сектор во Македонија се соочуваат со бројни предизвици, но и со нови можности за раст и иновации. Компаниите што ќе успеат да ги адаптираат своите стратегии кон дигитализацијата, персонализираната услуга и одржливоста ќе имаат конкурентска предност на пазарот. Иднината на овие индустрии ќе зависи од тоа колку брзо и ефективно ќе се прилагодат на новите трендови и на потребите на потрошувачите.

ат подобро платени можности во странство, што создава недостаток на персонал во угостителството, малопродажбата и во другите услуги. Компаниите се принудени да нудат повисоки плати и подобри услови за работа за да ги задржат своите вработени.

Растечкото значење на одржливиот бизнис

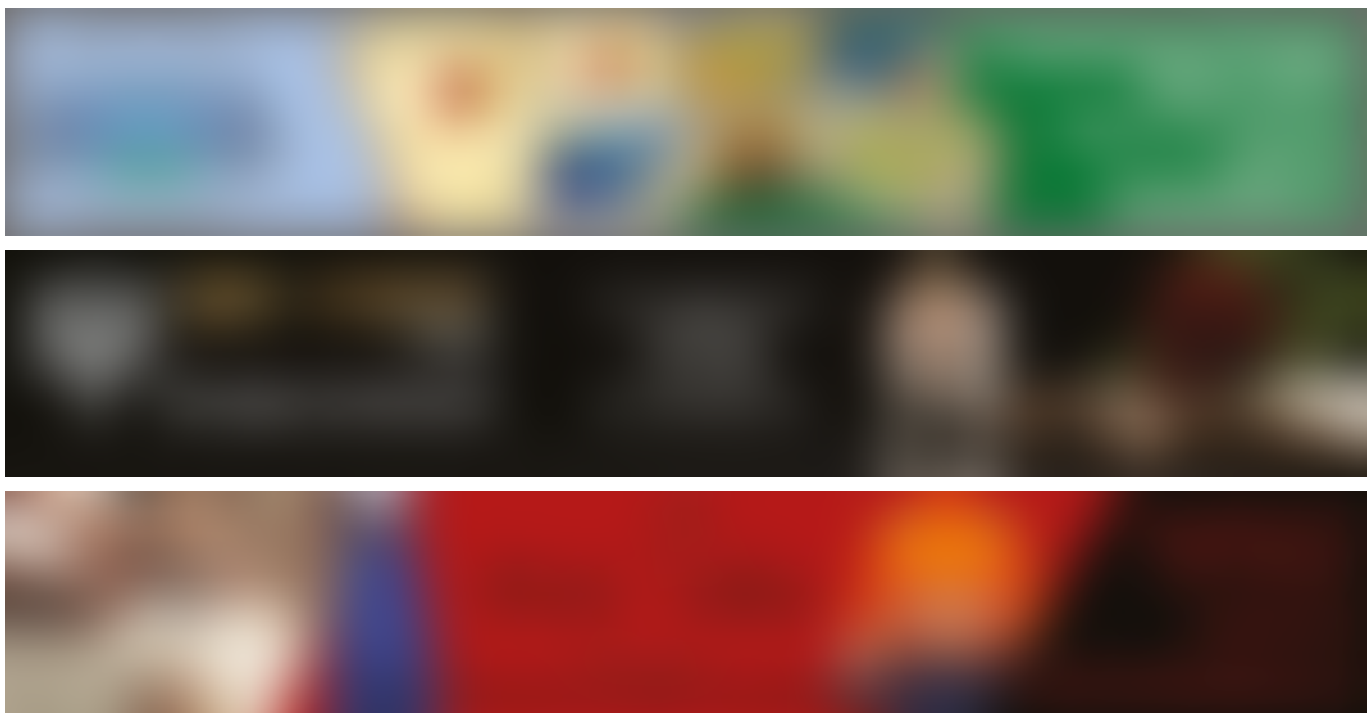
Еколошката свесност расте и кај компаниите и кај потрошувачите. Бизнисите сè повеќе воведуваат одржливи практики како што се намалување на пластичниот отпад, користење на енергетски ефика-

сни технологии и промовирање на етички извори на производи.

Македонскиот пазар сè уште е во почетна фаза кога станува збор за одржливоста, но компаниите што ќе инвестираат во екопријателски решенија ќе стекнат предност. Потрошувачите сè повеќе го ценат овој пристап и се подготвени да платат повеќе за производи и услуги кои се еколошки и општествено одговорни.

Идни трендови во трговијата и во услугите

Иднината на трговијата и на услугите ќе биде обликувана од тех-







ИЗРАБОТКА
НА ПЛОЧЕСТ
МЕБЕЛ



Браќа Јаниќ бр.14
1200 Брвеница
075/240-449
janic.radoslav94@gmail.com

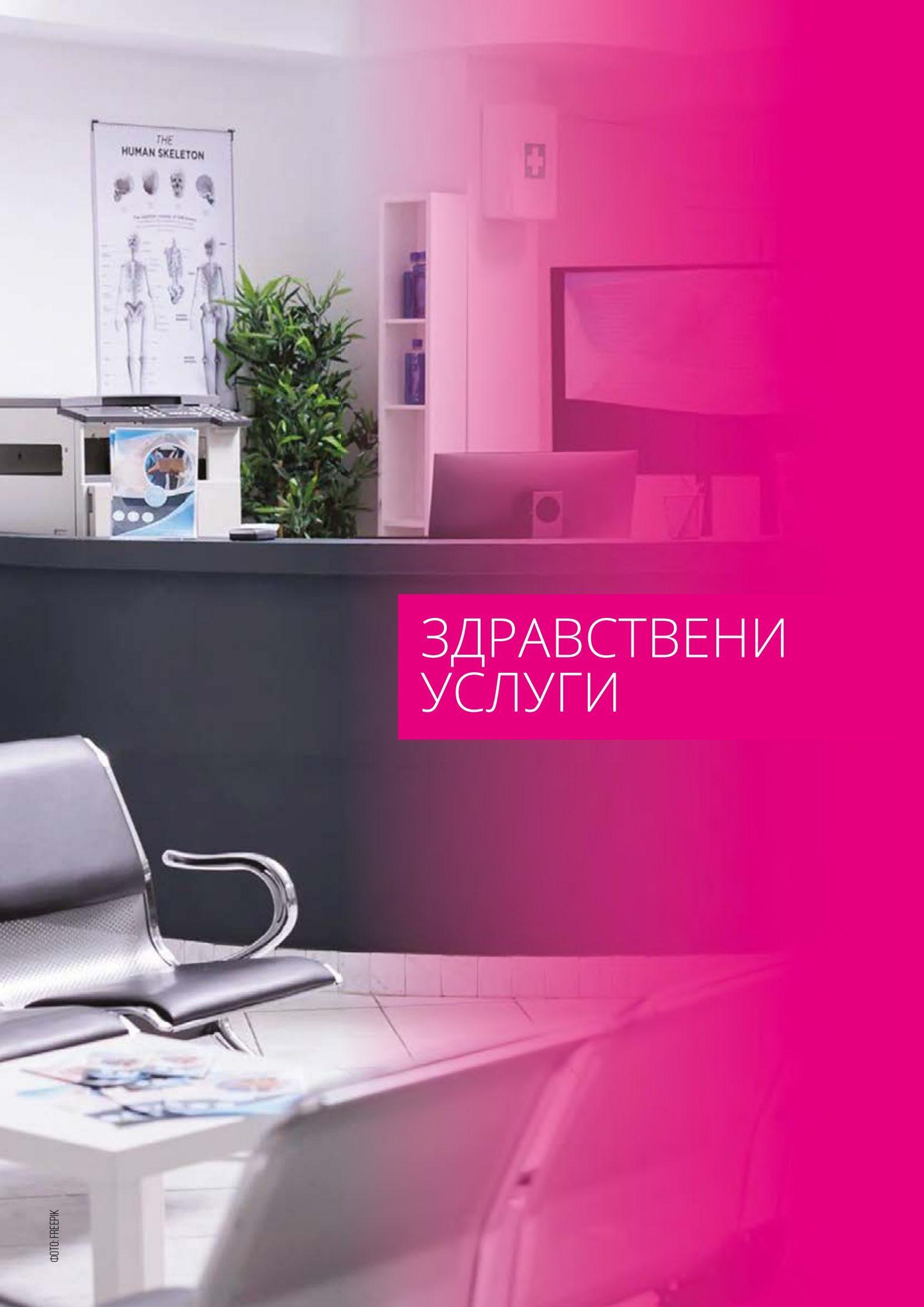


Libra

*Фризерско студио и
професионална шминка*

Александар Урдаревски
19/лок.15 - Булеп - 1000 Скопје
studiolibra2019@gmail.com
075/301-488





ЗДРАВСТВЕНИ УСЛУГИ

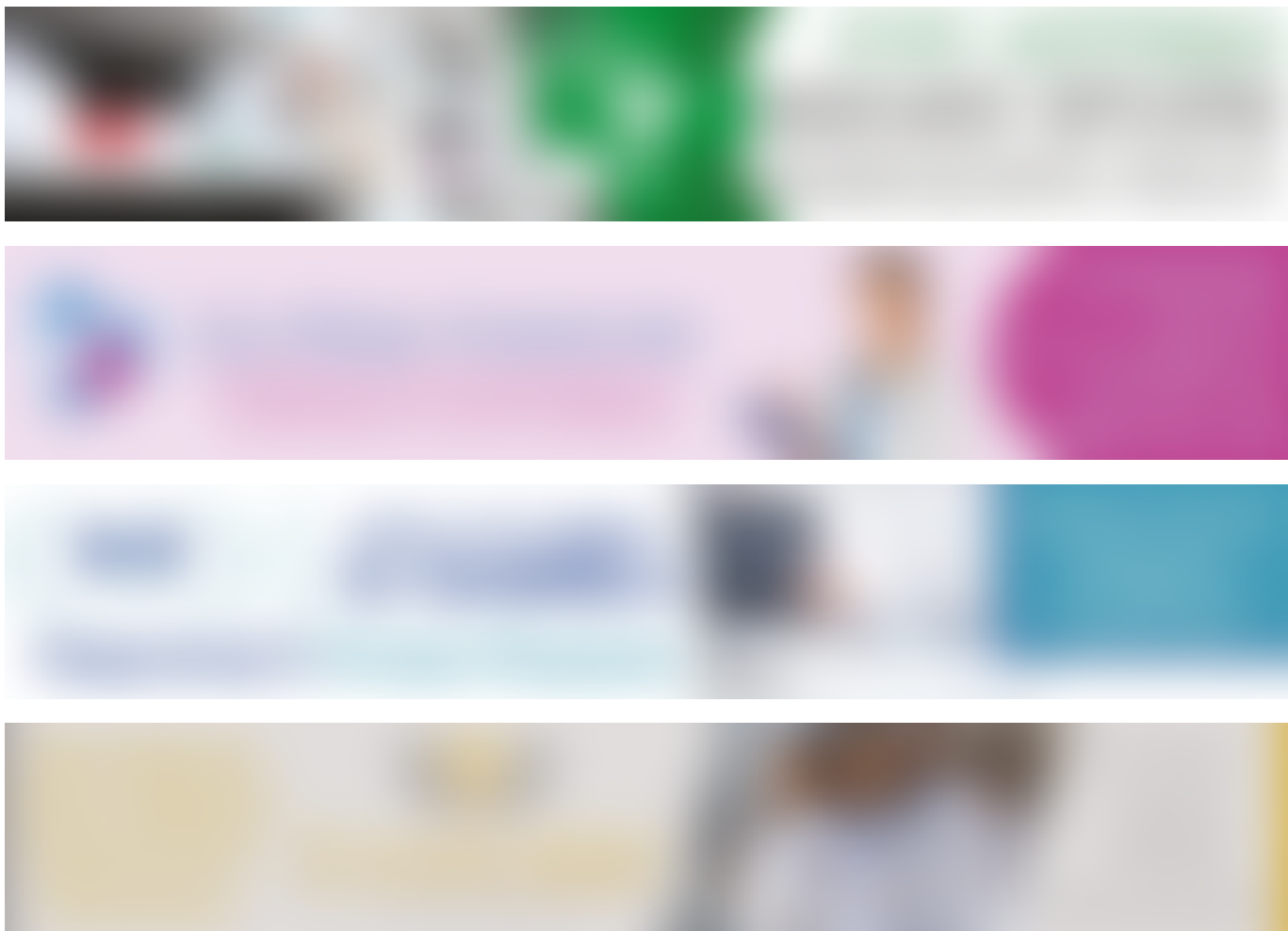
Здравствениот сектор во криза - како приватните клиници се борат со недостигот на кадар

Приватни клиници и здравствени домови - како недостигот на работници влијае на безмилосната трка на приватниците

Недостатокот на здравствени работници во Северна Македонија стана критичен проблем што го погодува целиот здравствен сектор. Иако јавните

здравствени установи со години се соочуваат со овој предизвик, во последниот период ситуацијата станува сè потешка и за приватните клиници и здравствени домови. Борбата за квалификуван

медицински кадар се претвори во безмилосна трка меѓу приватните компании, кои во услови на зголемена побарувачка за здравствени услуги се принудени да нудат повисоки плати и подобри услови за





работа за да привлечат и задржат медицински персонал.

Здравствениот кадар станува дефицитарен ресурс

Според министерот за здравство, Арбен Таравари, на македонското здравство му недостапуваат најмалку 1.000 лекари, што дополнително ја влошува состојбата во секторот. Овој проблем не е нов – трендот на заминување на лекари и на медицински сестри во странство е присутен со години.

Главните причини за ова се ниските плати, подобрите услови за работа во земјите од ЕУ, како и недостатокот на можности за професионален развој во Македонија.

Европската комисија во својот последен извештај забележува дека, и покрај одреденото зголемување на платите на медицинските работници во последните години, земјата продолжува да губи квалификуван кадар. Најпогодени се специјалистичките дејности, каде што недостатокот на кадар

создава сериозни проблеми во здравствениот систем, особено во руралните средини.

Дополнително, дел од лекарите кои остануваат во Македонија се одлучуваат за приватниот сектор, каде што може да добијат подобри финансиски услови. Ова го намалува бројот на специјалисти во јавните здравствени установи, а истовремено ги зголемува трошоците на приватните клиники, кои се принудени да инвестираат повеќе во привлекување на кадар.

Приватните клиники под притисок – како се справуваат?

Во услови на намален број здравствени работници, приватните здравствени установи се принудени да нудат високи плати и дополнителни бенефиции за да привлечат кадар. Ова ги зголемува оперативните трошоци на клиниките, кои во исто време се соочуваат со растечка конкуренција.

Повеќе приватни болници во Скопје и во другите поголеми градови започнаа со нови стратегии за при-

влекување на кадар, како што се обезбедување на бесплатни едукации, специјализации и подобри услови за работа. Дел од нив дури нудат и бонуси за нови вработени, како и можност за напредок во кариерата.

Во обид да го ублажи проблемот, Фондот за здравствено осигурување на Република Северна Македонија обезбеди зголемување на капациониот бод за 8 денари, што претставува зголемување од 15 %. Оваа мерка треба да ја подобри



финансиската состојба на матичните лекари и стоматолози, но експертите се сомневаат дека тоа ќе биде доволно за да се спречи одливот на медицински кадар.

Иднината на здравствениот сектор – дали има решение?

Во обид да го ублажи проблемот со недостатокот на здравствени работници, владата најави зголемување на платите во здравствениот сектор за 40 до 50 проценти во текот на еден мандат. Оваа мерка е чекор во позитивна насока, но не гарантира долгорочно решение.

Покрај финансиските стимули, неопходни се и други реформи, како што се подобрување на условите за работа во јавните здравствени установи, модернизација на

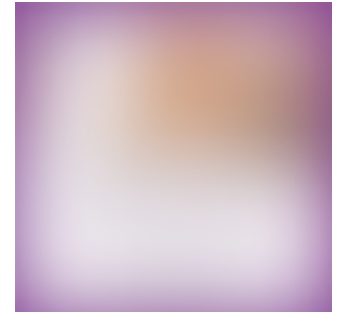
медицинската опрема и креирање на јасни стратегии за задржување на младите лекари и специјалисти во земјата.

Дополнителен предизвик за македонското здравство е стареењето на населението. Извештајот на OECD и на Европската комисија предвидува дека делот од населението над 65 години ќе порасне од 21 % во 2023 година на речиси 30 % до 2050 година. Ова значи дека потребата за медицински услуги ќе продолжи да расте, а ако нема доволно медицински кадар, притисокот врз здравствениот систем ќе стане уште поголем.

Иднината на приватните клиники и на здравствените домови ќе зависи од нивната способност да инвестираат во кадар, да создадат атрактивни

услови за работа и да воведат иновативни решенија за обезбедување на квалитетни здравствени услуги. Во спротивно, ќе се соочат со ризик од недостиг на персонал, намалување на квалитетот на услугите и зголемени оперативни трошоци.

Недостатокот на здравствени работници не е само проблем на јавниот сектор – тоа е предизвик што ги погодува сите, а неговото решавање ќе бара континуирани напори и долгорочни стратегии.





АВТОМОТО И ТРАНСПОРТ

Големата побарувачка и недостигот на возачи – предизвик за транспортниот сектор

Колку дефицитот на професионални возачи во регионот се одразува и на Северна Македонија?

АВТОМОТО И
ТРАНСПОРТ

Недостигот на професионални возачи е глобален предизвик кој значително го погодува регионот на Западен Балкан, вклучувајќи ја и Македонија. Според податоците, земјата се соочува со недостиг од околу 10.000 работници годишно, при што најпогодени сектори се градежништвото и туризмот.

Според извештаите, сè помалку професионални возачи на автобуси и на камиони се достапни во Македонија, што претставува сериозен проблем за транспортните компании. Оваа состојба се должи на неколку фактори, вклучувајќи ги високите трошоци и времетраењето на обуките за добивање на потребните категории за возење, како и подобрите услови за работа и повисоките плати што ги нудат странските компании. Многу воза-

чи одлучуваат да заминат во земјите на Европската Унија, каде што платите достигнуваат до 3.000 евра месечно, што е значително повеќе од платите што се нудат во Македонија.

Македонската влада презеде мерки за справување со овој дефицит. Една од иницијативите е субвенционирање на трошоците за полагање за возачка дозвола од Д-категирија. Оваа мерка е насочена кон невработени лица кои веќе поседуваат Ц-категирија најмалку две години. Државата ги покрива сите трошоци за обуката и првото полагање, со цел да се зголеми бројот на квалификувани возачи. За оваа иницијатива се издвоени околу 1,2 милиони денари, со план да се обучат меѓу 30 и 50 лица, со можност за проширување доколку има поголем интерес.

Предизвиците за транспортните компании

И покрај овие напори, транспортните компании продолжуваат да се соочуваат со предизвици во пронаоѓањето на квалификувани возачи. Многу од нив се принудени самите да ги обучуваат своите вработени или да нудат подобри услови за работа за да ги задржат постојните кадри. Сепак, конкуренцијата од странските компании и атрактивните понуди во Европската Унија продолжуваат да бидат значаен фактор за одлив на професионални возачи од земјата.

Со оглед на оваа состојба, потребно е продолжување и интензивирање на мерките за задржување и привлекување професионални возачи, како и подобрување на условите за работа и зголемување на платите во домашните компании. Само со координирани на-



ФОТО: ГРЕЕК

АВТОМОТО И
ТРАНСПОРТ

пори меѓу владата, образовните институции и приватниот сектор може да се надмине овој предизвик и да се обезбеди стабилен и ефикасен транспортен сектор во Северна Македонија.

Влијанието врз транспортната индустрија

Недостигот на професионални возачи веќе почнува да влијае врз транспортната индустрија во Македонија. Компаниите сè почесто се соочуваат со одложувања во испораките, зголемени трошоци за плати и за обуки, како и тешко-

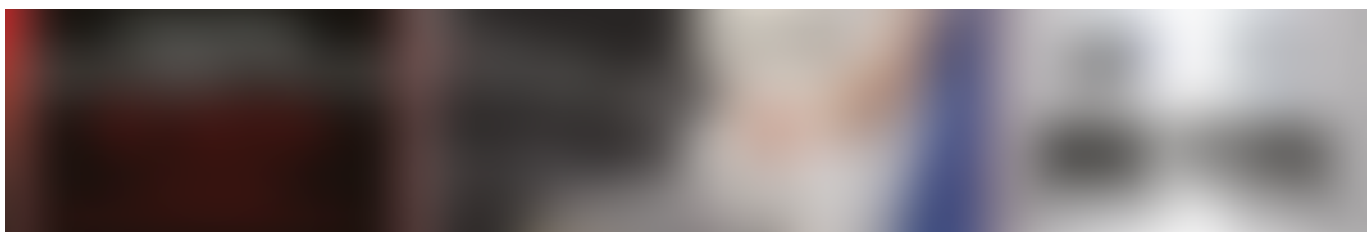
тии при исполнувањето на договорените логистички обврски. Ова ја намалува конкурентноста на домашните транспортни компании во однос на регионалните и на европските конкуренти, кои имаат подобри механизми за привлекување и за задржување на работната сила.

Како одговор на кризата, последниве години се бележи поголем интерес за автотранспортните училишта и за курсевите за професионални возачи. Бројот на пријавени кандидати за Ц и Д-категирија расте, а некои компании почнуваат да

нудат и стипендии за потенцијалните возачи. Сепак, проблемот останува во нивното задржување на домашниот пазар, бидејќи веднаш по стекнување на квалификациите, многумина избираат да заминат во странство поради подобри услови за работа.

Потреба од долгорочна стратегија

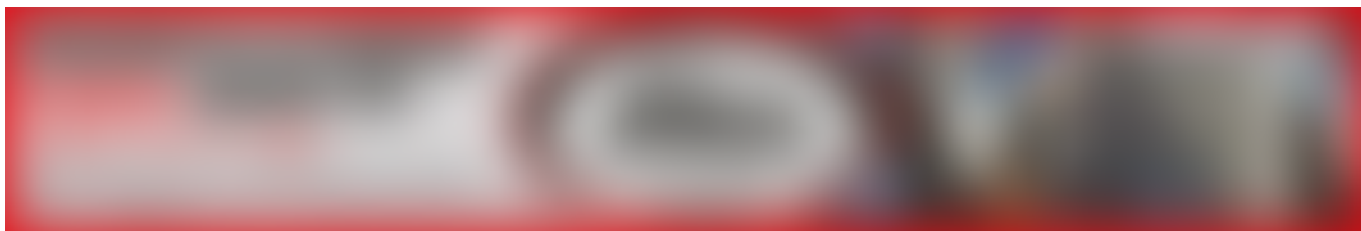
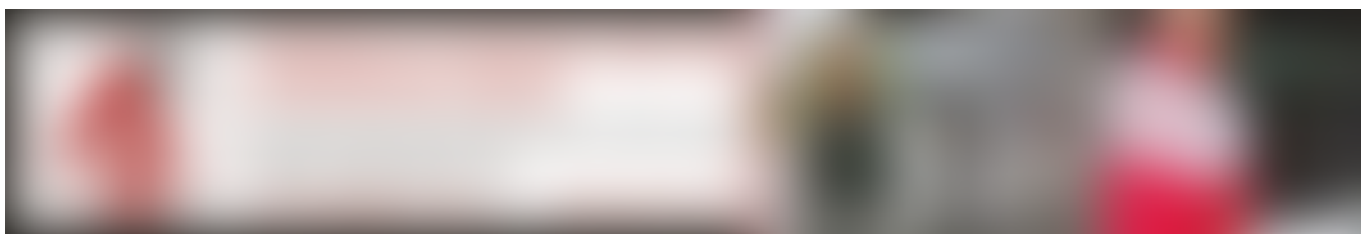
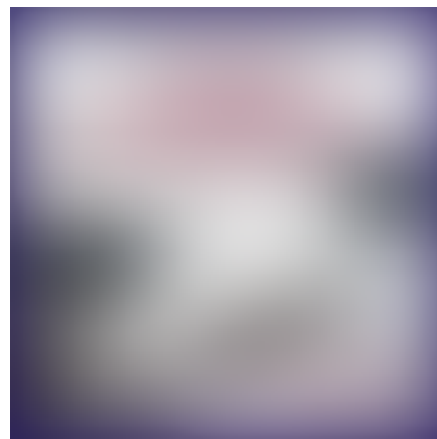
Долгорочното решение за овој проблем вклучува не само финансиска поддршка за идните возачи, туку и подобрување на условите за работа во транспортниот сектор.





Зголемувањето на платите, подобрување на инфраструктурата за транспорт и обезбедување на поголема социјална сигурност за возачите може да придонесе кон стабилизирање на пазарот. Владата и стопанските комори треба заеднички да работат на создавање политики кои ќе го направат професионалното возење попривлечно, наместо само да се реагира на моменталните недостатоци.

За да се реши овој проблем на долг рок, потребно е значително инвестирање во обуки и професионален развој на возачите, но и создавање на подобри работни услови. Освен финансиската поддршка за стекнување возачки дозволи, компаниите треба да воведат дополнителни бенефиции како здравствено осигурување, бонуси за лојалност и подобри услови за одмор при долги релации. Истовремено, државата може да воведи мерки како даночни олеснувања за транспортните компании кои инвестираат во своите кадри, со што ќе се создадат подобри услови за задржување на работната сила во земјата.





Пазарот на нови и на користени возила во пораст:
Како регистрацијата и увозот влијаат на трендовите?

Трендови во продажбата на нови и на користени возила

Во 2024 година, автомобилскиот пазар во Северна Македонија забележа значителен пораст во увозот и во продажбата на возила, што

укажува на позитивни економски трендови и на зголемена побарувачка од страна на потрошувачите.

Според податоците на Царинската управа, до декември 2024

година, во земјата се увезени вкупно 49.462 патнички возила, од кои 12.170 се нови, а 37.293 се половни. Ова претставува значително зголемување во однос на 2023 година,



ФОТО: ФРЕЕРК

АВТОМОТО И
ТРАНСПОРТ

кога биле увезени вкупно 43.212 автомобили, од кои 9.999 биле нови, а 33.213 половни.

Продажба и регистрација на нови возила

Пазарот на нови автомобили во Македонија бележи раст од 41,3 % во споредба со претходната година. До октомври 2024 година, продадени се околу 6.100 нови возила, што укажува на зголемена доверба на потрошувачите и на економска стабилност во земјата.

Иако конкретни податоци за бројот на регистрирани возила во 2024 година не се достапни, може да се претпостави дека зголемениот увоз и продажба на возила довеле до пораст и на бројот на новорегистрирани возила. Ова е важно за пла-

нирање на инфраструктурата и на транспортните политики во земјата.

Глобални трендови

На европско ниво, во 2024 година биле продадени речиси 13 милиони нови автомобили. Dacia Sandero се истакна како најпродаван модел, со 245.686 регистрирани возила, што претставува пораст од 14 % во споредба со претходната година. Следуваат Volkswagen Golf со 198.886 продадени единици (раст од 20 %) и Renault Clio со 195.930 продадени возила (раст од 9 %).

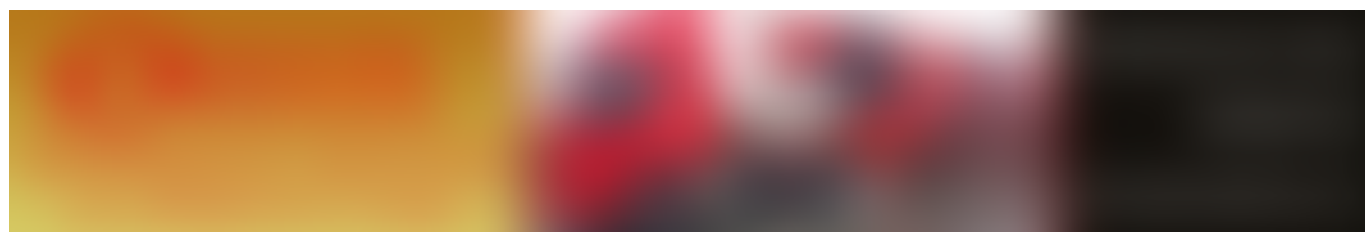
Глобално, Toyota Corolla останува лидер со 901.991 продаден автомобил, иако бележи намалување од 1,9 % во споредба со претходната година. Tesla Model Y е на второто место со 865.868 продадени

возила, што претставува пад од 6,5 %. На третото место е Toyota RAV4 со 836.258 продадени единици, што е пораст од 13,7 %.

Зголемената продажба и увозот на возила во Македонија сугерираат на растечка побарувачка и на доверба на потрошувачите. Глобалните трендови покажуваат постепена транзиција кон електрични и еколошки возила, што може да влијае и на локалниот пазар во иднина. Овие податоци се клучни за разбирање на динамиката на автомобилскиот пазар и за планирање на идните стратегии во транспортниот сектор.

Електрични и хибридни возила – сè поголем интерес

Во 2024 година, трендот на електрификација на автомобилскиот



пазар во Македонија станува сè поизразен. Продажбата на електрични и хибридни возила бележи значителен пораст, поттикнат од зголемената свест за заштита на животната средина и од поддршката од државните субвенции. Според извештаите, во текот на 2024 година биле регистрирани околу 1.800 електрични возила, што претставува пораст од 35 % во однос на 2023 година. Најпродавани модели во оваа категорија се Tesla Model Y, Volkswagen ID.4 и Hyundai Kona Electric. Овој тренд укажува на постепено усвојување на новите технологии од страна на македонските потрошувачи и на зголемена достапност на инфраструктурата за полнење на електрични возила.

Цени на новите и на користените возила

Цените на новите и на користените возила во 2024 година се движат во различни рамки, зависно од брендот, моделот и од моторизацијата. Просечната цена на ново возило во државата изнесува околу 25.000 евра, со најголема побарувачка за возила од компактната и од SUV-категијата. Цените на половните возила бележат мал пораст поради зголемената побарувачка и поскапувањето на увозот од Западна Европа. Во просек, половно возило од средна класа



ФОТО: FREEPIK

може да се купи за околу 12.000 евра, додека поевтините опции од помалите сегменти се движат од 6.000 до 8.000 евра. Овој ценовен раст се должи на глобалниот недостиг на делови и на зголемените трошоци за транспорт и логистика.

Проблеми и предизвици во регистрацијата и во увозот

И покрај позитивните трендови, македонскиот автомобилски пазар се соочува со одредени предизвици поврзани со регистрацијата и со увозот на возила. Постапките за хомологација и технички пре-

глед често се одолжуваат поради административни процедури и недостаток на соодветна опрема. Дополнително, воведувањето на построги еколошки стандарди за увоз на возила со дизел мотори доведува до намален увоз на постари половни возила. Владата најавува мерки за поедноставување на процедурите и воведување на нови регулативи кои ќе го олеснат увозот на возила со пониски емисии на штетни гасови. Овие чекори имаат за цел да го модернизираат возниот парк и да ја подобрат безбедноста на патиштата.







A desk setup for architectural work. In the foreground, there's a yellow and black tape measure, a yellow spirit level, and a yellow pencil holder with several pencils. A blue hard hat is prominently placed in the center. Below these items are blueprints on a table, with a yellow pencil resting on them. A laptop keyboard is visible in the bottom right corner. The background is a soft-focus view of a modern building with large glass windows. The entire scene is overlaid with a green gradient that fades from the top right towards the bottom left.

НЕДВИЖНОСТИ И ГРАДЕЖНИШТВО

Амбициозни градежни проекти во 2025: Инвестиции во патишта, енергетика и урбан развој за посилна економија

Најголемите најавени државни проекти и што се очекува од нив?

Македонија во текот на оваа 2025 година планира значајни инвестиции во недвижности и градежништво, со цел подобрување на инфраструктурата и поттикнување на економскиот раст. Предвидено е вкупните капитални инвестиции да достигнат рекордни 830 милиони евра, насочени кон конкретни и реални проекти кои ќе имаат директно влијание врз животот на граѓаните.

Патна инфраструктура и железничка инфраструктура

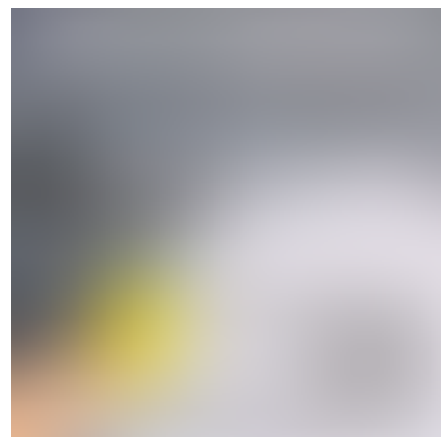
Еден од приоритетите е изградбата и модернизацијата на автопатските делници на коридорите 8 и 10д. Планирани се инвести-

ции во делниците Гостивар–Кичево, Кичево–Охрид и Прилеп–Битола, со цел подобрување на поврзаноста и безбедноста на патиштата. Процесот на експропријација за овие проекти е во завршна фаза и се очекува да биде компетиран до јануари 2025 година, што ќе овозможи навремено започнување на градежните активности.

Во 2025 година, ќе продолжи реализацијата на програмата за наводнување на Македонија, која опфаќа рехабилитација и проширување на четири системи за наводнување по долината на реката Вардар (Страиште, Лисиче, Коњско и Пепелиште), како и изградба на мали хидроцентрали на ХС Лисиче.

Енергетска инфраструктура

Во енергетскиот сектор, планирани се значајни инвестиции во гасификација и во обновливи извори на енергија. Предвидена е изградба на магистрални гасоводи на делниците Гостивар–Кичево и





Свети Николе–Велес, како и интерконективен гасовод меѓу Северна Македонија и Грција. Дополнително, ќе се инвестира во проекти како што се Ветерен парк Богданци (втора фаза), топлификација на Битола, 400 kV интерконекција меѓу Македонија и Албанија, фотонапонска електрана Осломеј и рехабилитација на шест големи хидроелектрани (трета фаза).

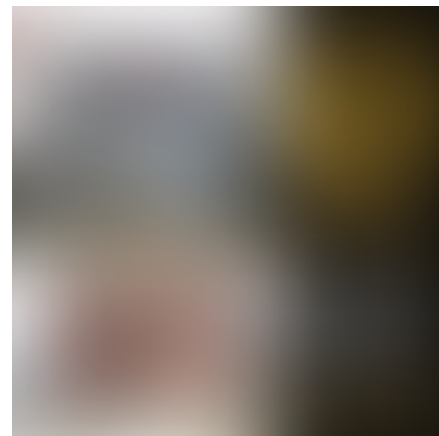
Образование и здравство

Буџетот за оваа година предви-

дува изградба на нови болници, училишта, градинки и спортски сали. Овие инвестиции имаат за цел подобрување на квалитетот на животот на граѓаните и обезбедување на современи услови за образование и за здравствена заштита.

Странски инвестиции

Премиерот Христијан Мицкоски најави бум на странски инвестиции во 2025 година, со очекувани 15 нови инвестиции кои се во завршна





фаза на преговори. Една од нив е инвестиција од 360 милиони евра, која ќе отвори 500 нови, добро платени работни места и ќе има позитивно влијание врз бруто-домашниот производ.

Со реализацијата на овие проекти, македонската држава се стреми кон модернизација на својата инфраструктура, зголемување на енергетската ефикасност и подобрување на квалитетот на живот на своите граѓани. Овие инвестиции ќе придонесат за економски раст, отворање на нови работни места

и зајакнување на позицијата на земјата на регионално и на европско ниво.

Освен традиционалните инфраструктурни проекти, Владата планира да инвестира во дигитализација и развој на паметни градови. Ова вклучува поставување на паметни семафори и осветлување во урбаните средини, како и развој на системи за мониторинг на сообраќајот и загадувањето. Дополнително, ќе се воведат дигитални платформи за урбанистичко планирање, кои ќе овозможат пое-

фикасна координација на јавните работи и транспарентност во градежните дозволи.

Очекувано влијание врз економијата

Овие големи државни проекти не само што ќе ја модернизираат инфраструктурата, туку и ќе генерираат илјадници работни места во градежништвото, транспортот и во енергетиката. Според економските анализи, реализацијата на овие проекти ќе го зголеми домашниот бруто-производ и ќе ја зго-

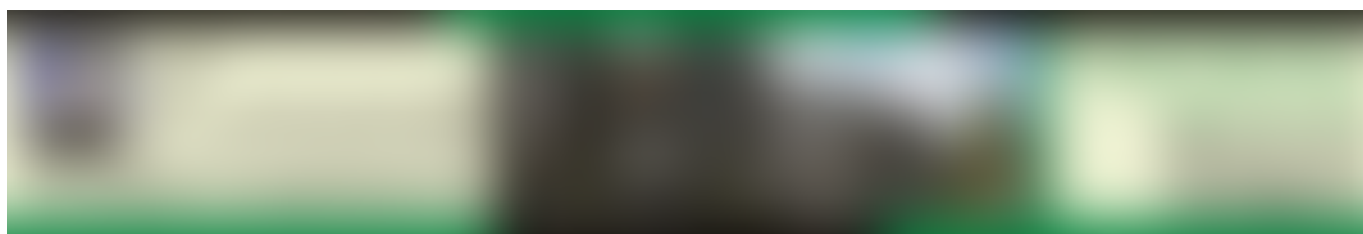
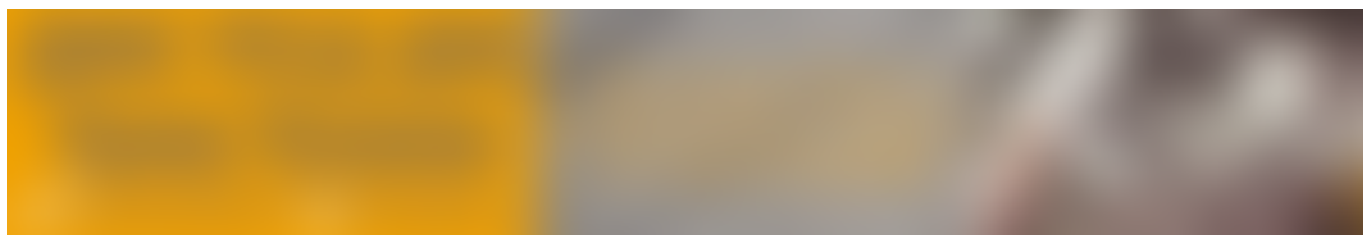


леми атрактивноста на земјата за идни инвестиции. Со ова, Македонија има шанса да се позиционира како важен инфраструктурен и економски центар во регионот.

Со реализацијата на овие амбициозни инфраструктурни про-

екти, Северна Македонија прави значаен чекор кон модернизација и економски развој. Подобрената сообраќајна и енергетска инфраструктура ќе ја зајакне регионалната поврзаност, ќе ја зголеми конкурентноста на пазарот и ќе создаде

нови можности за бизнисите и за граѓаните. Државните инвестиции во градежништвото не само што ќе придонесат за подобар квалитет на живот, туку и ќе ја постават земјата на стабилна патека кон одржлив и долгорочен раст.



Градежниот сектор во Македонија со растечки број на проекти и зголемена вредност на инвестициите

Раст или стагнација? Бројот на одобрености за градба и цените на новоградбата во 2024 година

НЕДВИЖНОСТИ И ГРАДЕЖНИШТВО

Во текот на 2024 година, градежниот сектор во Северна Македонија бележи значителна активност, одразена преку бројот на издадени одобрености за градба и вкупната вредност на планираните градежни работи. Според податоците на Државниот завод за статистика, во 2024 година биле издадени вкупно 3.500 одобрености за градба, што претставува зголемување од 8 % во споредба со претходната година. Вкупната вредност на предвидените градежни работи изнесуваше 45 милијарди денари, што е пораст од 10 % во однос на 2023 година. Оваа динамика укажува на зголемената доверба на инвеститорите во пазарот на недвижности, како и на по-

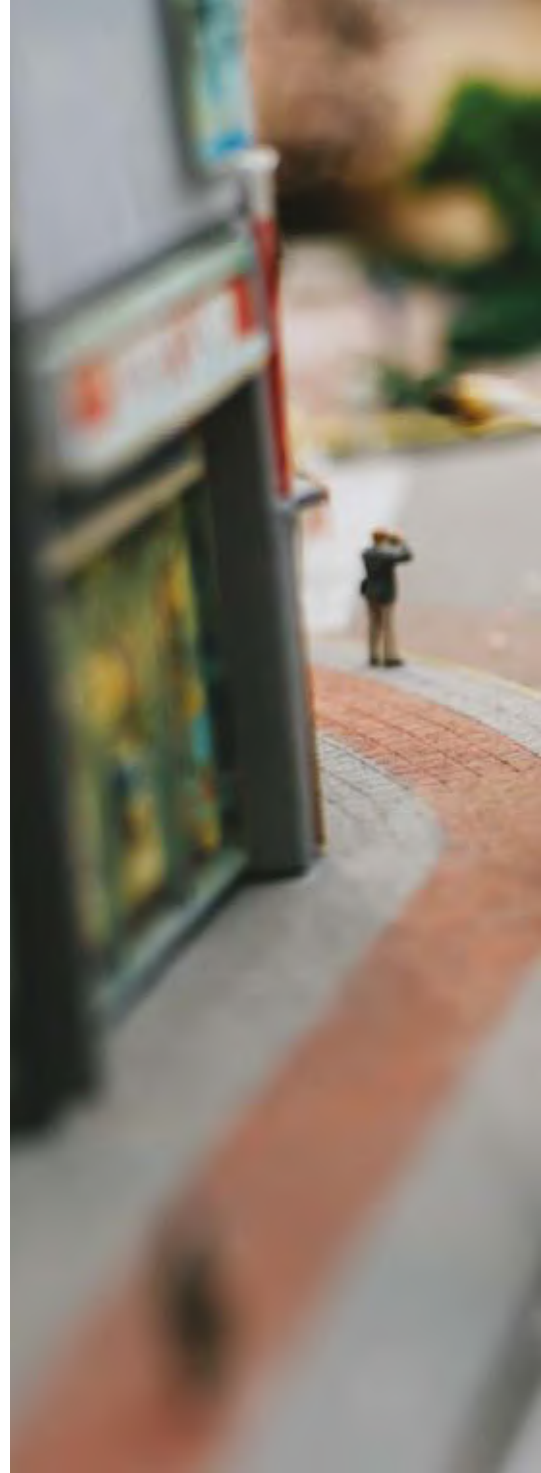
стојаната побарувачка за нови станбени и деловни објекти.

Трендови во градежништвото и движењето на цените на новоградбата

Зголемената градежна активност директно се одразува и на цените на новоградбата. Просечната цена на квадратен метар во новоизградените станови во 2024 година изнесуваше 62.000 денари, што е зголемување од 5 % во споредба со претходната година. Овој раст на цените произлегува од неколку фактори, вклучувајќи ја зголемената побарувачка за станбен простор, растечките цени на градежните материјали и порастот на трошоците за работна сила.

Дополнително, поволните каматни стапки за станбени кредити во првата половина од годината поттикнаа поголем интерес за купување станови, што дополнително придонесе кон растот на цените. Сепак, зголемените животни трошоци и можните промени во монетарната политика може да влијаат на идниот развој на овој тренд.

Дополнително, пазарот на недви-



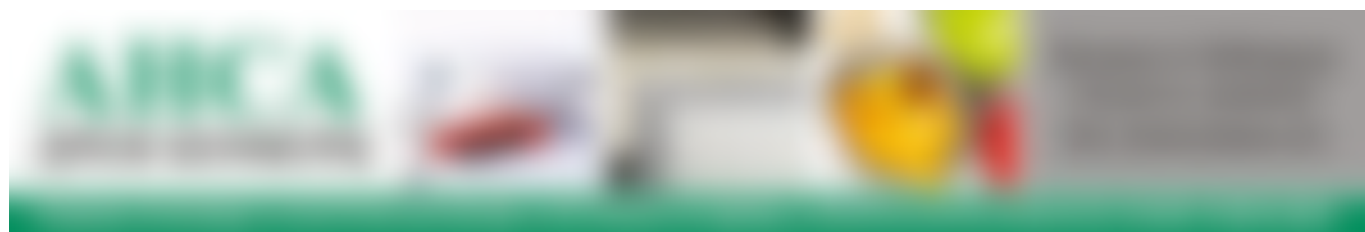


жности сè повеќе се сегментира според потребите на купувачите. Луксузните станovi и комплексите со дополнителни содржини, како што се приватни паркиралишта, зелени површини и спортски објекти, бележат најголем пораст на цените, додека стандардните станovi имаат побавно темпо на поскапување. Ова е особено изразено во централните зони на Скопје, каде

што цените на квадратен метар достигнуваат и до 100.000 денари. Од друга страна, во периферните населби и во помалите градови, растот на цените е умерен, а побарувачката останува стабилна. Влијанието на зеленото градење и примената на енергетски ефикасни материјали исто така игра сè поголема улога во формирањето на цените на новите објекти.

Кои градови предводат во градежната експанзија?

Што се однесува до географската распределба на градежната активност, најголем број на одобрености за градба во 2024 година се издадени во Скопје, вкупно 1.200 одобрености, што претставува 34 % од вкупниот број на издадени одобрености во државата. Следуваат Битола со 400 одобрености (11 %),



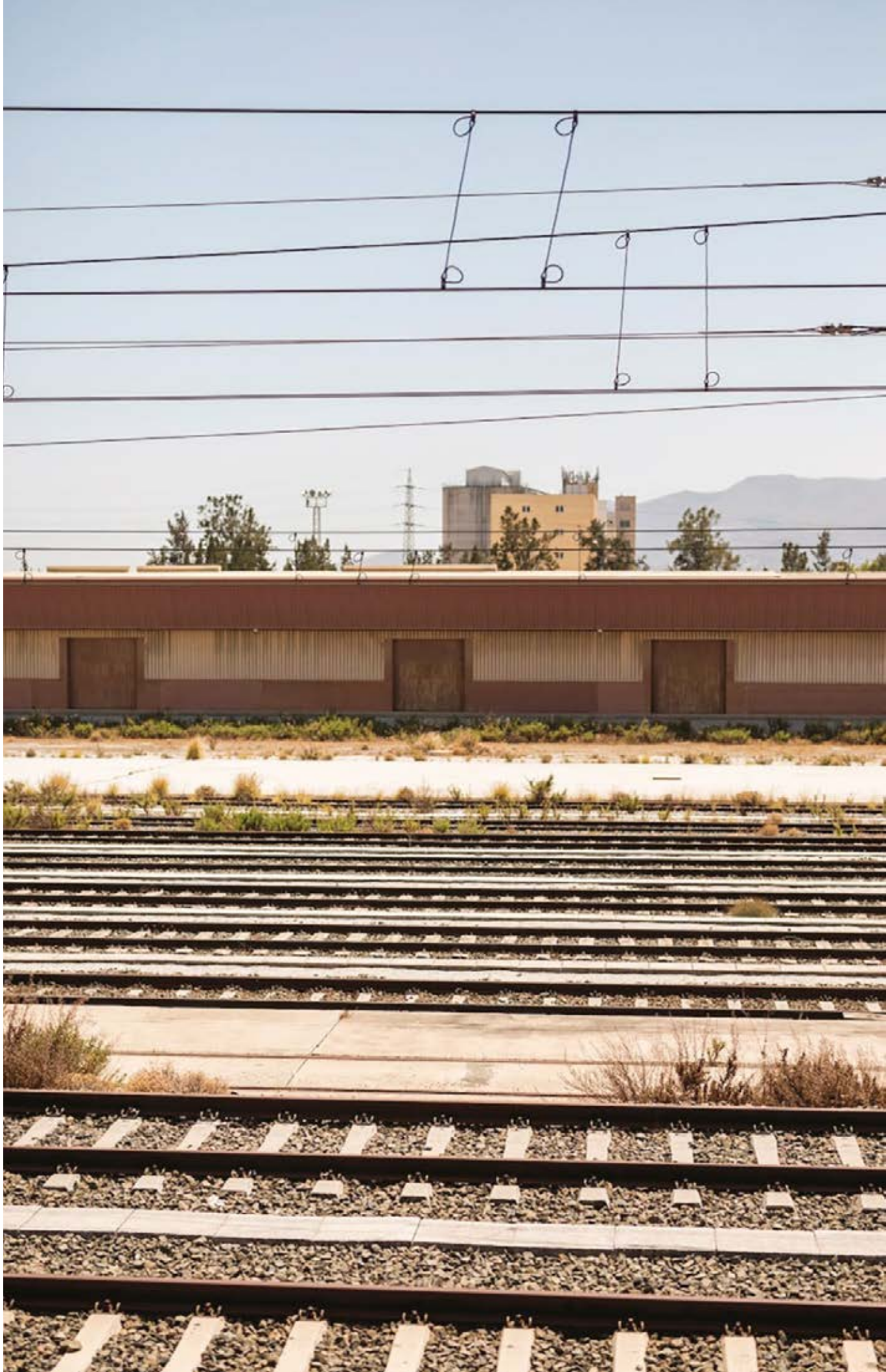




ФОТО: ФРЕРК

НЕДВИЖНОСТИ И
ГРАДЕЖНИШТВО

Прилеп со 350 одобренија (10 %) и Тетово со 300 одобренија (8,5 %). Ова укажува на тоа дека урбаните центри продолжуваат да бидат фокус на градежната експанзија, што е резултат на зголемената урбанизација, миграција на населението кон поголемите градови и потребата за нови станбени и деловни капацитети. Истовремено, во помалите градови како Охрид, Велес и Штип, бројот на нови одобренија бележи помал раст, но со зголемен интерес за изградба на туристички објекти и индустриски капацитети.

Предвидувања за иднината на градежниот сектор

Очекувањата за градежниот сектор во наредните години се позитивни, со предвидувања за продолжување на растот на бројот на

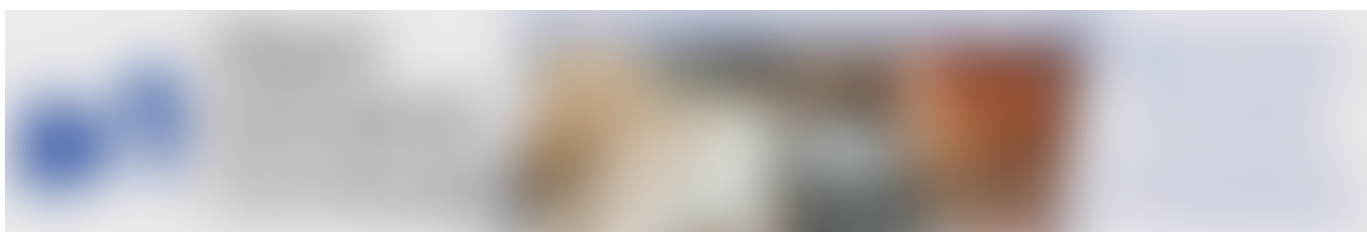
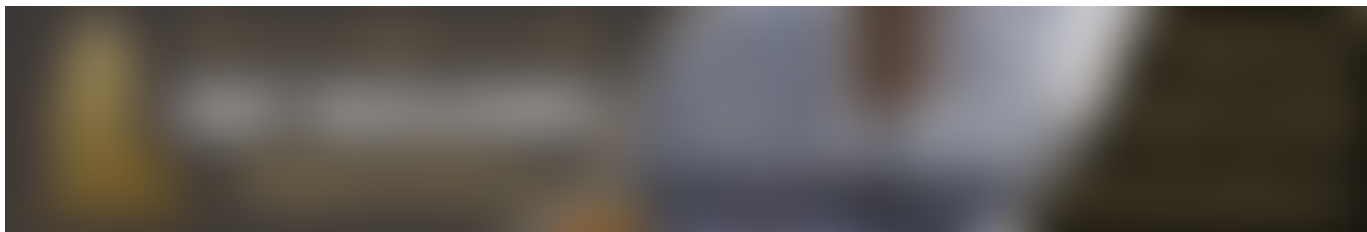
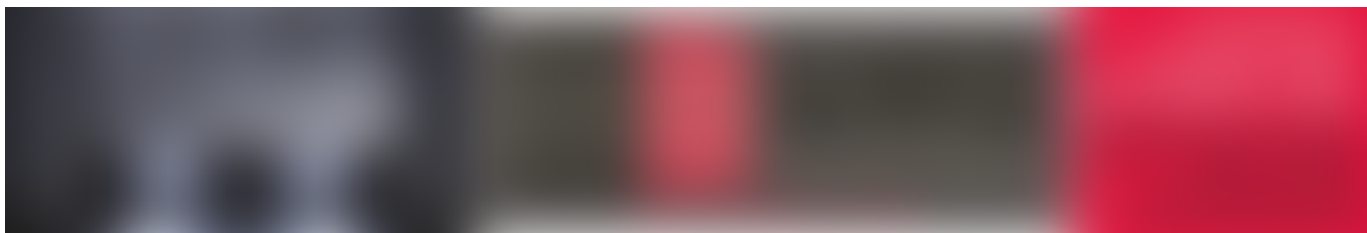
одобренија за градба и вкупната вредност на градежните работи. Сепак, аналитичарите предупредуваат дека растот може да биде умерен доколку се појават зголемени економски предизвици, како што се инфлацијата или ограничувањата во кредитирањето. Се очекува и понатамошен пораст на цените на новоградбата, особено во урбаните средини, поради континуираната побарувачка и зголемените трошоци за изградба.

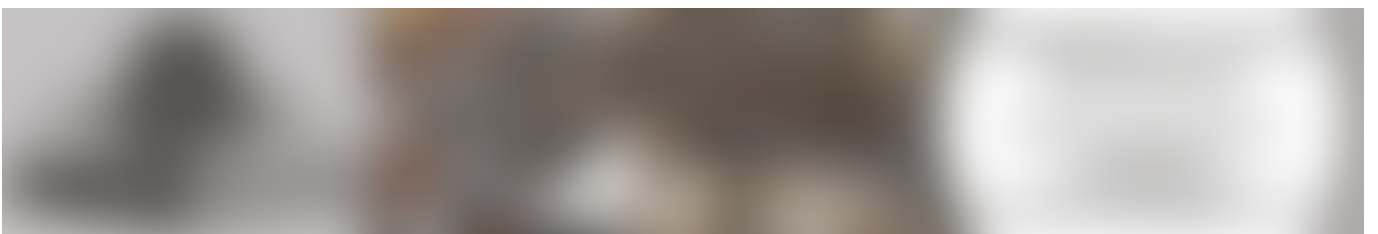
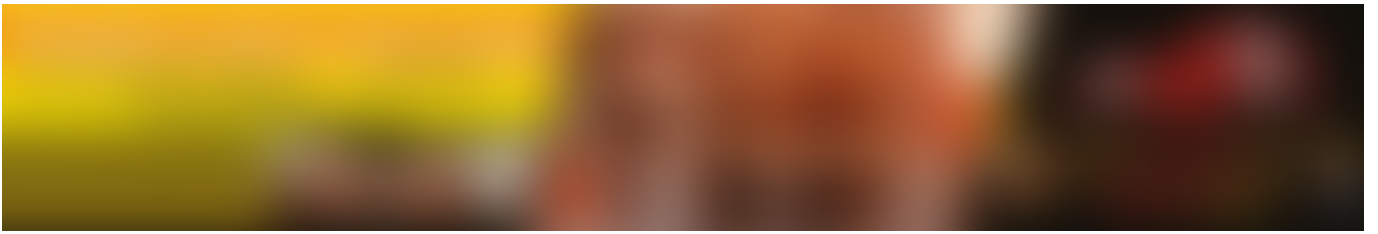
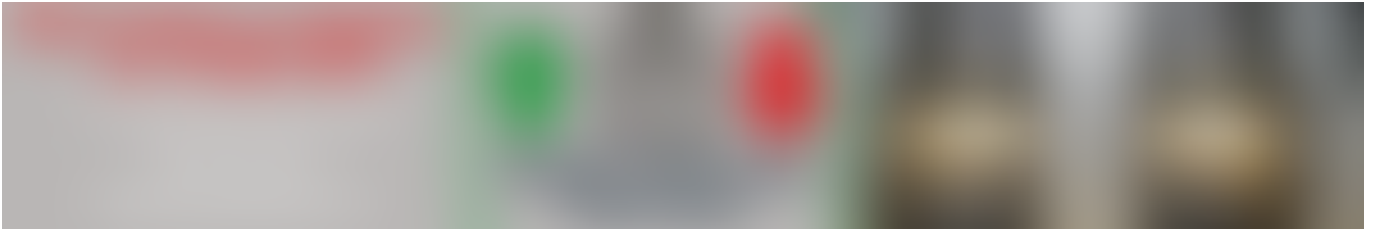
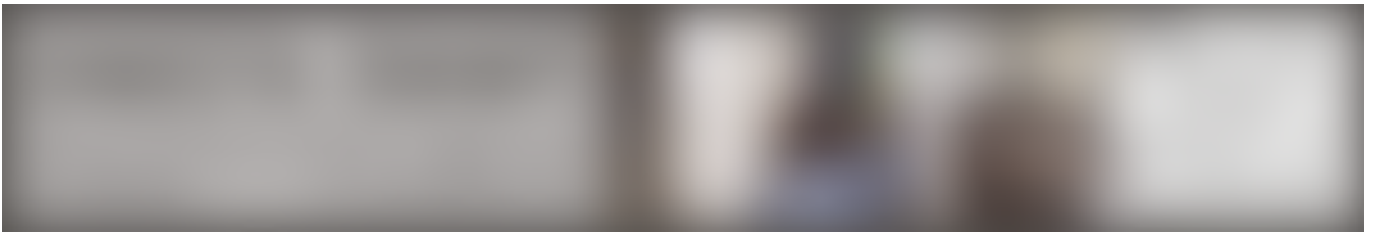
Дополнителен фактор што би можел да влијае врз градежниот сектор е можната регулаторна интервенција од страна на државата. Доколку се донесат мерки за олеснување на градежните процедури или поттикнување на одржливо градење, можно е да се зголеми бројот на нови проекти. Истовремено, потребата за зеле-

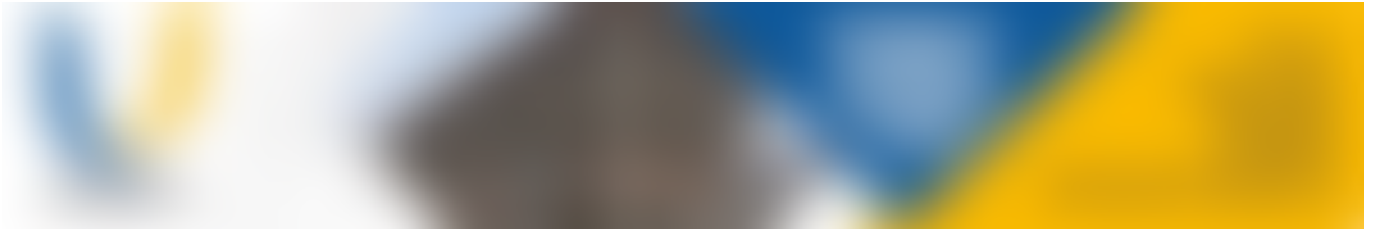
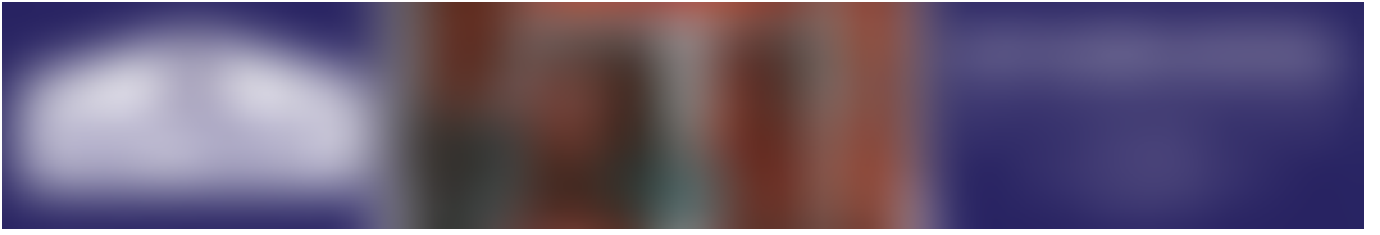
ни и за енергетски ефикасни згради би можела да стане клучен фактор во идниот развој на градежништвото.

Градежниот сектор во Македонија во 2024 година бележи стабилен раст, со зголемен број на одобренија за градба и пораст на вредноста на градежните работи. Оваа динамика се одразува и на цените на новоградбата, кои продолжуваат да растат, особено во најактивните градови како Скопје, Битола, Прилеп и Тетово. Идните проекции укажуваат на продолжување на овие трендови, што претставува важна информација за сите учесници на пазарот на недвижности и градежништво. За инвеститорите, ова претставува можност за дополнителни вложувања, додека за купувачите – потреба за внимателно следење на ценовните движења и на пазарните услови.











КУЛТУРА И ОБРАЗОВАНИЕ

ЕВРОПСКИ
УНИВЕРЗИТЕТ
СКОПЈЕ



UNIVERSITY
R. MACEDONIA

Културно-уметничката сцена како двигател на туризмот во Македонија во текот на оваа година

Лето исполнето со култура: Што нуди туристичката сезона во 2025 година?

Туристичката сезона во Македонија во 2025 година ќе понуди уште побогата културна програма, со цел да ги привлече домашните и странските посетители. Според податоците на Државниот завод за статистика, оваа година е регистриран раст на бројот на организирани културни манифестации за 12 % во однос на претходната година. Охрид и Скопје остануваат културни центри, но значително се зголемува и бројот на настани низ останатите региони на земјата. Новите фестивали, мултимедијалните изложби и зголемената поддршка за локалните уметници претставуваат клучни фактори за развој на културниот туризам. Со оваа стратегија, културните манифестации стануваат не само средство за забава, туку и важен економски генератор кој придонесува кон растот на локалните заедници.

Како и претходните години, Охридско лето ќе биде главна атракција за љубителите на класичната музика и на театарските уметности, а во Скопје, програмата на „Скопско лето“ ќе донесе концерти на светски познати уметници, филмски проекции и современи перформанси. Во 2025 година, Охрид и Скопје очекуваат рекорден број посетители, а според проценките, над 65 % од туристите ќе присуствуваат на некој од културните настани во овие два града. Покрај тоа, годинава ќе се организираат и специјализирани тури низ Старата скопска чаршија и низ културно-историските лока-

ции на Охрид, со водичи кои ќе им овозможат на туристите подлабоко да ја доживеат богатата историја и културното наследство на овие градови.

Ширење на културната понуда во другите градови

Сепак, културно-уметничката понуда оваа година не е фокусирана само на овие два града. Битола го проширува својот културен календар со дополнителни филмски проекции и со музички концерти како дел од „Браќа Манаки“ и „Битолско културно лето“. Во Крушево, фестивалот „Крушево Етно“ ќе понуди богата фолклорна и музичка програма, а во Прилеп, „Пивовфест 2025“ ќе биде надополнет со уличен театар и со изложби на локални уметници. Во Штип, традиционалниот „Пастрмалијада фестивал“ ќе биде проширен со музичка и со театарска програма, а во Велес ќе се организира книжевен фестивал кој ќе ги промовира најдобрите македонски автори и современата книжевна сцена. Оваа разновидност во понудата ќе овозможи туристите да изберат културни настани според нивните интереси и да ги откријат помалку познатите културни центри во земјата.

Руралните средини годинава добиваат посебен фокус со уникатни културни случувања. Демир Капија ќе биде домаќин на „Винска уметничка есен“, каде што посетителите ќе може да уживаат во изложби на локални сликари во комбинација со дегустација на вино.

Тетовско и Гостиварско ќе организираат етнофестивали каде што ќе бидат претставени традиционални музички настапи и автентични ракотворби. Интересно е што оваа година посебен акцент ќе биде ставен на културните рурални тури, кои ќе им овозможат на туристите да запознаат локални занаетчи, да учествуваат во работилници за ракотворби и да ги истражат древните традиции што сè уште се негуваат во македонските села. Овој концепт на културен туризам ќе придонесе за ревитализација на селските заедници и ќе ја прошири туристичката понуда надвор од урбаните центри.

Инвестирање во културата како дел од туристичката стратегија

Културната понуда во туристичката сезона 2025 година ја поставува Македонија како атрактивна дестинација за љубителите на уметноста и на традицијата. Со растечката поддршка за културни манифестации низ целата земја, се создаваат нови можности за привлекување на туристи кои бараат повеќе од класичен одмор. Ова не само што придонесува за развој на локалните заедници, туку и ја зацврстува позицијата на Македонија како регионален културен центар. Долгорочните стратегии во областа на културниот туризам треба да вклучат поголеми инвестиции во инфраструктурата на културните институции, подобрување на условите за одржување на настани и зголемена меѓународна промоци-



ја. Со континуирано вложување во културната сцена и поддршка на локалните уметници, Северна Македонија има потенцијал да стане водечка дестинација во регионот за културен туризам.

Иднината на културниот туризам во државата зависи од континуираните инвестиции и иновации во

начинот на организирање и промовирање на културните настани. Се очекува во наредните години сè повеќе да се интегрираат дигитални технологии во културната сцена, како што се виртуелни тури низ музеи, интерактивни изложби и онлајн платформи за промоција на културните настани. Овие мо-

дерни пристапи ќе помогнат во подобрување на достапноста на македонската култура за глобалната публика, а воедно ќе привлечат и поголем број на странски посетители кои преку дигитални содржини ќе имаат можност да се запознаат со богатото културно наследство на земјата.

Зголемување на бројот на приватни образовни институции, но дали расте и квалитетот?

Понудата на приватните образовни установи – каков е односот помеѓу квалитетот и квантитетот?

Во последните години, приватните образовни установи во Северна Македонија забележаа значителен пораст, што отвори прашања за односот меѓу квантитетот и квалитетот на понуденото образование. Според член 45 од Уставот на Република Северна Македонија, граѓаните имаат право, под услови утврдени со закон, да основаат приватни образовни установи во

сите степени на образованието, освен во основното образование. Според најновите податоци на Државниот завод за статистика, во академската 2023/2024 година, вкупно 52.316 студенти биле запи-

сители на образованието, освен во основното образование.

Според најновите податоци на Државниот завод за статистика, во академската 2023/2024 година, вкупно 52.316 студенти биле запи-





шани на високообразовните установи во земјата, што претставува намалување од 2,8 % во однос на претходната академска година. Од нив, 30.704 или 58,7 % биле студентки. Најголемиот дел од студентите, 77,9 %, се запишале на државните високообразовни установи, додека 22,1 % се запишале на приватните високообразовни установи. На прва година на студии се запишале 15.330 студенти, што претставува 29,3 % од вкупниот број на запишани студенти.

Најмногу студенти и годинава има на најстариот државен универзитет во земјава – Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје (УКИМ) со запишани вкупно 20.892 студенти. Втор по бројност е Универзитетот во Тетово со 7.785 студенти, додека на трето место е Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип (УГД) со 6.385 студенти.

Меѓу приватните високообразовни установи, најпопуларен е Меѓународниот балкански универзитет во Скопје, каде годинава се запишале 2.763 студенти. По него следува Универзитетот на Југоисточна Европа со 2.252 запишани студенти, додека на трето место е Меѓународниот Славјански Универзитет

во Свети Николе.

Овие податоци укажуваат на тоа дека, и покрај зголемувањето на бројот на приватни образовни институции, мнозинството студенти сè уште ги претпочитаат државните установи. Ова може да се должи на перцепцијата за повисок квалитет на образованието во државните институции или на финансиските можности на студентите.

Во контекст на квалитетот на образованието, од суштинско значење е да се обезбеди дека приватните образовни установи ги исполнуваат потребните стандарди. Одржувањето на високи образовни стандарди е клучно за подготовка на студентите за пазарот на трудот и за општествениот развој.

Иако квантитетот на приватни образовни установи во Северна Македонија се зголемува, неопходно е да се посвети внимание на обезбедувањето и унапредувањето на квалитетот на образованието што тие го нудат. Само преку строги акредитациски процеси и континуирана евалуација може да се обезбеди дека студентите добиваат образование кое одговара на современите стандарди и потреби.



ФОТО: WIKIMEDIA COMMONS

Покрај тоа, потребно е да се спроведуваат редовни истражувања и анализи за да се оцени влијанието на приватните образовни установи врз пазарот на трудот и општеството во целина. Ова ќе овозможи идентификување на предизвиците и можностите за подобрување на образовниот систем и ќе придонесе кон создавање на политики насочени кон обезбедување на квалитетно образование за сите.

Покрај бројот на запишани студенти, значајно прашање е и нивната распределба по студиски програми. Државниот завод за статистика покажува дека најголем дел од студентите се запишуваат на студии од областа на опште-

ствените науки, економијата и правото, додека значително помал е интересот за природните науки, инженерството и технологијата. Оваа тенденција е особено изразена кај приватните високообразовни установи, кои главно нудат програми во сферата на менаџментот, бизнисот и информатичката технологија. Сепак, постои загриженост дали овие програми соодветствуваат со реалните потреби на пазарот на трудот, каде што постои недостиг од кадри во техничките и во медицинските професии.

Дополнителен предизвик за приватните образовни установи е нивната акредитација и контролата на квалитетот на наставата. Иако сите

институции мора да поминат низ процес на акредитација од страна на Националниот совет за високо образование и научноистражувачка дејност, во јавноста често се поставуваат прашања за нивото на стручност на наставниот кадар и методите на оценување. Некои анализи покажуваат дека дипломи од одредени приватни универзитети имаат помала тежина на пазарот на трудот во однос на оние од реномираните државни институции. Ова отвора простор за дискусија околу потребата од построги критериуми при основањето на нови образовни институции, како и за зајакнување на механизмите за следење на нивниот квалитет.







A photograph of a person wearing a yellow jacket, sitting at a desk. The person is writing in a spiral-bound notebook with a black pen. On the desk, there is a calculator and a laptop. The image has a warm, orange-toned overlay. The text 'ПРАВО И ФИНАНСИИ' is centered in a white box.

ПРАВО И ФИНАНСИИ

Побарувачката за сметководствени услуги расте, а дигиталните алатки го трансформираат начинот на финансиско управување

Сметководството како бизнис: Расте ли потребата за овие услуги и кои се дигиталните алтернативи?

Во светот на бизнисот, финансиското управување е еден од клучните фактори за успех. Независно дали се работи за мал семеен бизнис, средно претпријатие или за голема корпорација, правилното водење на сметководството е неопходно за да се обезбеди стабилност и усогласеност со законските регулативи. Во Македонија, во последните години, сè повеќе претприемачи ја препознаваат вредноста на професионалните сметководствени услуги, што создава поголема побарувачка за ваков тип на бизниси.

Сметководството не е само процес на внесување на податоци за приходи и расходи – тоа е сложен систем на финансиски анализи, даночни пресметки, извештаи и консалтинг кој им помага

на претприемачите да донесуваат стратешки одлуки. Во време на дигитализација, традиционалните сметководствени канцеларии почнуваат да се трансформираат, прифаќајќи иновативни решенија кои го олеснуваат работењето.

Побарувачка за сметководствени услуги – растечки тренд

Секој нов бизнис во Македонија, без разлика на неговата големина, има законска обврска да води сметководство. Досега, многу мали компании се потпираа на ангажирање на поединечни сметководители или на користење на локални канцеларии, но последниве години се забележува зголемен интерес за сметководствени услуги „на големо“.

Побарувачката за ваквите услуги

расте од неколку причини:

- **Комплицирани регулативи:** Македонските даночни закони често се менуваат, што на претприемачите им создава тешкотии во самостојното водење на финансиските извештаи. Ангажирањето професионална сметководствена фирма значи сигурност дека сите законски обврски ќе бидат исполнети навреме.
- **Раст на малите и средни претпријатија:** Во последната деценија, бројот на мали бизниси во Македонија значително се зголеми. Овие компании обично немаат внатрешни ресурси за финансиско управување, па аутсорсирањето на сметководствени услуги станува исплатливо решение.
- **Зголемена потреба за финансиска транспарентност:** Компаниите кои сакаат да привлечат



инвеститори, да аплицираат за грантови или да соработуваат со странски партнери мора да имаат уредни финансиски книги, што дополнително ја зголемува потребата за квалитетни сметководствени услуги.

- **Потрага по економична алтернатива:** Наместо да вработуваат цел тим на финансиски експерти, компаниите сè повеќе се одлучуваат да соработуваат со сметководствени фирми кои нудат комплетни услуги по прифатливи цени.

Дигитализација на сметководствените услуги – иднината на индустријата

Со растот на технологијата, традиционалното сметководство веќе не е ограничено на физички книги, ексел-табели и рачни пресметки. Дигиталните решенија стануваат сè попопуларни, нудејќи поголема ефикасност, автоматизација и лесен пристап до финансиските податоци.

Онлајн сметководствени платформи

Во Македонија, сè повеќе компании почнуваат да користат софтвери за дигитално сметководство, кои овозможуваат автоматизирано книговодство, брза обработка на податоци и интеграција со банкарски сметки. Некои од најчесто ко-

ристените софтвери се:

- **Pantheon** – Регионален софтвер кој нуди сеопфатни решенија за финансиско управување, вклучувајќи обработка на плати, даночни пресметки и фактурирање.
- **Paragraf ERP** – Домашен систем кој е специјализиран за управување со финансии, наменет за македонските компании.
- **QuickBooks и Xero** – Меѓународни платформи кои ги користат македонските бизниси со странски партнери.

Овие алатки овозможуваат автоматско генерирање на извештаи, следење на финансиските трансакции во реално време и намалу-



ФОТО: FREEPIK

вање на потребата од рачно внесување на податоци.

Cloud-базирани услуги

Cloud-технолојата овозможува компаниите да пристапуваат до своите финансиски податоци од каде било, во секое време. Ова е особено важно за компаниите кои работат на повеќе локации или имаат менаџери кои често патуваат. Со cloud-базирани решенија, сметководителите и бизнис-сопствениците може да работат заедно без физичка средба, што го забрзува процесот на обработка на финансиските документи.

Автоматизација со вештачка интелигенција (AI)

Новите технологии вклучуваат и примена на вештачка интелигенција (AI) за автоматско препознавање и за обработка на финансиските податоци. Преку AI, дигиталните сметководствени системи можат

да препознаат обрасци на трошоци, да дадат препораки за заштеда и да предупредат за потенцијални финансиски ризици.

Дали традиционалните сметководствени фирми ќе опстанат?

Иако дигиталните алатки значително го олеснуваат процесот на сметководство, тие сепак не можат во целост да ги заменат професионалните сметководители. Главната причина за тоа е што сметководството не е само процес на внесување податоци – тоа е сложена дисциплина што вклучува анализа, стратегија и познавање на локалните закони.

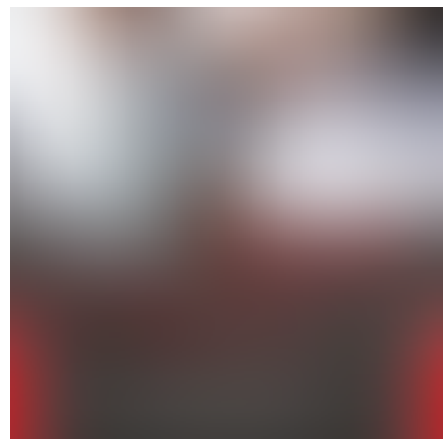
Традиционалните сметководствени фирми кои ќе ги прифатат дигиталните трендови и ќе инвестираат во модерни софтверски решенија ќе имаат значителна предност. Наместо да се занимаваат со рутински задачи, тие ќе можат да се фокусираат на

финансиски консалтинг, советување за даночни олеснувања и на оптимизација на трошоците.

Сметководството како бизнис е во подем, бидејќи сè повеќе македонски компании сфаќаат дека оваа услуга е неопходна за нивниот раст и одржливост. Побарувачката за сметководствени услуги „на големо“ расте, особено кај малите и средни претпријатија кои сакаат економично и ефикасно управување со финансии.

Во исто време, дигитализацијата носи нови можности за автоматизација и за подобрување на услугите. Македонските компании веќе започнаа да ги прифаќаат онлајн сметководствените решенија, а традиционалните фирми кои ќе се адаптираат на новите технологии ќе можат да ја задржат својата конкурентност.

Иднината на сметководството во Македонија е во комбинацијата на професионални експерти и паметни дигитални алатки – модел кој ќе им овозможи на претприемачите да се фокусираат на растот на своите бизниси, додека финансиското управување останува во сигурни раце.





ИНСТИТУЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ

Какво е влијанието на невладините организации и на граѓанските здруженија врз општествениот развој и врз активизмот во Македонија

Граѓанската активност како двигател на општествените промени во Македонија

Во Република Северна Македонија, невладините организации (НВО) и здруженијата на граѓани играат значајна улога во општествениот развој, овозможувајќи им на граѓаните да ги остварат и заштитат своите права и интереси. Формирањето на овие правни субјекти е регулирано со Законот за здруженија и фондации од 2010 година, кој е усогласен со европските стандарди. Според овој закон, здружение може да биде основано од најмалку пет физички лица или од две правни лица, додека фондација може да биде основана од едно или од повеќе физички или правни лица. Процесот на регистрација се одвива во Централниот регистар на Република Северна Македонија, каде што се поднесуваат статутот на организацијата и други потребни документи.

Невладините организации и здруженијата на граѓани се две различни форми на правни субјекти, но споделуваат слични цели и принципи. Невладините организации често се фокусирани на широк спектар на општествени праша-

ња, како што се заштита на животната средина, правата на човекот, социјални услуги и културни активности. Тие може да се финансираат преку донаторски кампањи, а многу од нив добиваат финансиска поддршка од меѓународни организации како Европската Унија и Обединетите нации. Според податоците од Државниот завод за статистика, во 2024 година, во Македонија има вкупно 12.345 активни невладини организации. Од нив, значителен број се насочени кон социјални услуги (37%), заштита на животната средина (26%), култура и уметност (23%), а 14% се занимаваат со промоција на човекови права и еднаквост.

Од друга страна, здруженијата на граѓани се организирани групи кои се формираат за да ги заштитат или промовираат интересите на одредена група на луѓе или општествени цели. Тие не мора да се поврзани со донаторски фондови и често имаат помал број на членови, но нивната функција е иста - да влијаат на важни општествени прашања. Здруженијата може да се формираат со минимум два члена и се често посветени

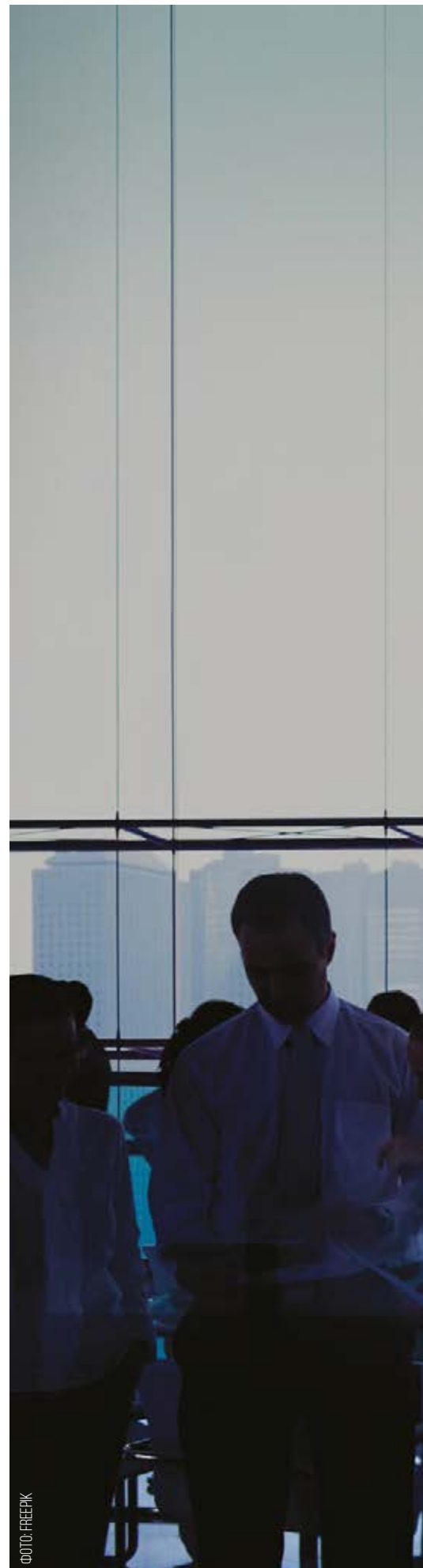


ФОТО: ФРЕРК



на области како што се култура, спорт, едукација или еколошки проблеми. За разлика од фондациите, здруженијата не се насочени кон обезбедување на финансиски средства од донатори, туку многу често користат членарини и други локални извори на финансирање.

Географска распределба и значење на НВО во Македонија

Географската распределба на невладините организации и на здруженијата на граѓани покажува дека најголем број од нив се сконцентрирани во Скопскиот Регион. Ова се должи на фактот што Скопје, како главен град, претставува административен и културен центар на земјата. Според податоците, 46 % од активните организации се наоѓаат во македонската метропола, додека помал број на организации и здруженија се присутни во другите региони. Во Пелагонискиот Регион се наоѓаат 1.234 НВО или 10 %, додека во Југоисточниот Регион има 987 организации или 8 %. Останатите региони имаат помал број на НВО, што укажува на потребата за поттикнување на граѓанската активност и во другите делови на земјата.

Финансирањето на невладините организации и на здруженијата на граѓани во Македонија најчесто доаѓа од меѓународни донатори, но дел од нив се финансираат и



од домашни извори. Финансирањето на НВО главно се обезбедува преку проекти финансирани од меѓународни донатори, како што се Европската Унија, Обединетите нации и различни амбасади. Според статистичките податоци, во 2024 година, 65 % од НВО добиле финансиска поддршка од меѓународни извори, додека 25 % се финансирале од домашни донатори, вклучувајќи ги и државните институции. Останатите 10 % од организациите се финансирале преку членарини, донации од граѓани и приходи од сопствени активности. За успешна функција, потребно е овие организации да имаат развиени механизми за одржливо финансирање и за транспарентно управување.

Долгорочна одржливост и влијание на НВО и на здруженијата во општеството

За успешно основање и одржување на НВО, важно е да се развие јасна стратегија и да има одржливи механизми за финансирање.

Организациите кои обезбедуваат ресурси и поддршка за различни општествени области, од човекови права до екологија и култура, мора да бидат транспарентни во управувањето со средствата и да имаат активен ангажман на сите членови. Дополнително, здруженијата и фондациите може да обезбедат финансиска стабилност преку донаторски кампањи и партнерства, што ќе им овозможи да ги исполнат своите мисија и цели, со цел на крај да донесат вистинска промена во општеството.

Формирањето и функционирањето на невладините организации и на граѓанските здруженија во Македонија е клучен фактор за активно учество на граѓаните во општествените процеси. Овие организации не само што се посветени на решавање на актуелни проблеми, туку и активно придонесуваат за создавање на правична и одржлива заедница. Со добро дефинирана мисија, транспарентно управување и ефективно користење на ресурсите, НВО и здруженијата на граѓани може да имаат големо влијание, како на локално, така и на национално ниво. Постојаното развивање на граѓанската свест и поттикнувањето на соработка помеѓу различни актери од општеството ќе ја обезбеди одржливоста на овие организации и нивната важна улога во креирањето на подобро општество за сите.





A close-up photograph of a hand reaching into a display of fresh vegetables. The hand is selecting a vibrant red bell pepper. In the foreground, there are several green bell peppers and a yellow plastic fork. The background is slightly blurred, showing more green vegetables and a person's hand holding a small tag. The overall scene is set in a market stall.

ЗЕМЈОДЕЛСТВО

Анализа на состојбата во земјоделскиот сектор - како климатските услови, пазарните движења и државните мерки влијаеја врз производството

Земјоделство - Резултати во 2024 година – ПОЗИТИВНИ и НЕГАТИВНИ страни

Земјоделството е еден од клучните сектори во македонската економија, но 2024 година донесе мешани резултати. Додека некои земјоделски култури забележаа рекорден раст, други беа погодени од климатските промени, ценовните флукуации и проблемите со извозот. Во овој текст, ќе дадеме детална анализа на позитивните и на негативните страни на земјоделството во 2024 година и како тие влијаеја врз земјоделците и врз економијата во целина.

Земјоделството во Македонија минатата година се соочи со сериозни предизвици, но и со позитивни резултати кои даваат надеж за понатамошен развој. Оваа година донесе мешавина од поволни и од неповолни услови кои влијаеја врз приносите, цените и врз општата состојба во секторот. Додека одредени култури забележаа рекорден раст, други беа погодени од климатските промени, нестабилните пазарни услови и од зголемените трошоци за производство.

Во првата половина на годината, земјоделците имаа корист од релативно поволните временски услови, што доведе до зголемени

приноси на некои основни култури како што се пченицата, сончогледот и грозјето. Според податоците на Министерството за земјоделство, приносите на житариците се зголемени за околу 10 % во споредба со претходната година, што помогна во стабилизирање на домашниот пазар. Ова особено се одрази на производството на брашно, каде што имаше доволно залихи за домашна потрошувачка. Од друга страна, македонското грозје остана еден од најбараните земјоделски производи на европскиот пазар, што доведе до зголемен извоз, особено кон земјите од ЕУ и од регионот.

Позитивен момент во 2024 година беше и зголемената поддршка од државата. Владата воведо нови субвенции за земјоделците, насочени кон одредени култури и кон сточарството, а дополнително се вложуваше и во дигитализација на земјоделството. Сè повеќе фармери имаа пристап до модерна технологија за наводнување и следење на културите, што придонесе за подобра ефикасност во производството. Покрај тоа, се инвестираше во обновливи извори на енергија, што им овозможи



ФОТО: ГРЕБЕК

на некои земјоделски стопанства да преминат кон користење на соларна енергија, намалувајќи ги трошоците за електрична енергија.

Сепак, и покрај позитивните аспекти, предизвиците беа бројни. Најголем проблем беа екстремните климатски услови кои ги погодија земјоделците во втората половина од годината. Летните месеци беа исклучително топли, а недостатокот на врнежи доведе до сериозни загуби кај земјоделските култури што бараат големи количини вода. Производството на зеленчук, особено на домати и на пиперки, беше значително нама-



лено, а многу фармери пријавија загуби поради недостаток на соодветни системи за наводнување. Ова доведе и до зголемени цени на овие производи на пазарот, што се одрази на крајните потрошувачи.

Друг сериозен проблем беа флукуациите на цените на земјоделските производи. Иако приносите кај некои култури беа добри, цените на пазарот не секогаш го следеа овој тренд. Земјоделците кои произведуваат пченица, на пример, се соочија со пад на цената на брашното, што значеше дека и покрај зголеменото прои-

зводство, нивните приходи не беа значително подобрени. Од друга страна, цените на сточната храна останаа високи, што го отежна работењето на сточарите, кои веќе подолго време се борат со растечки трошоци за одржување на нивните фарми.

Дополнителен проблем остана недостатокот на работна сила во земјоделството. Сè помалку млади луѓе се заинтересирани за работа во овој сектор, што доведе до зголемена зависност од сезонски работници, чии трошоци постојано растат. Ова особено беше проблем за големите овоштарници и

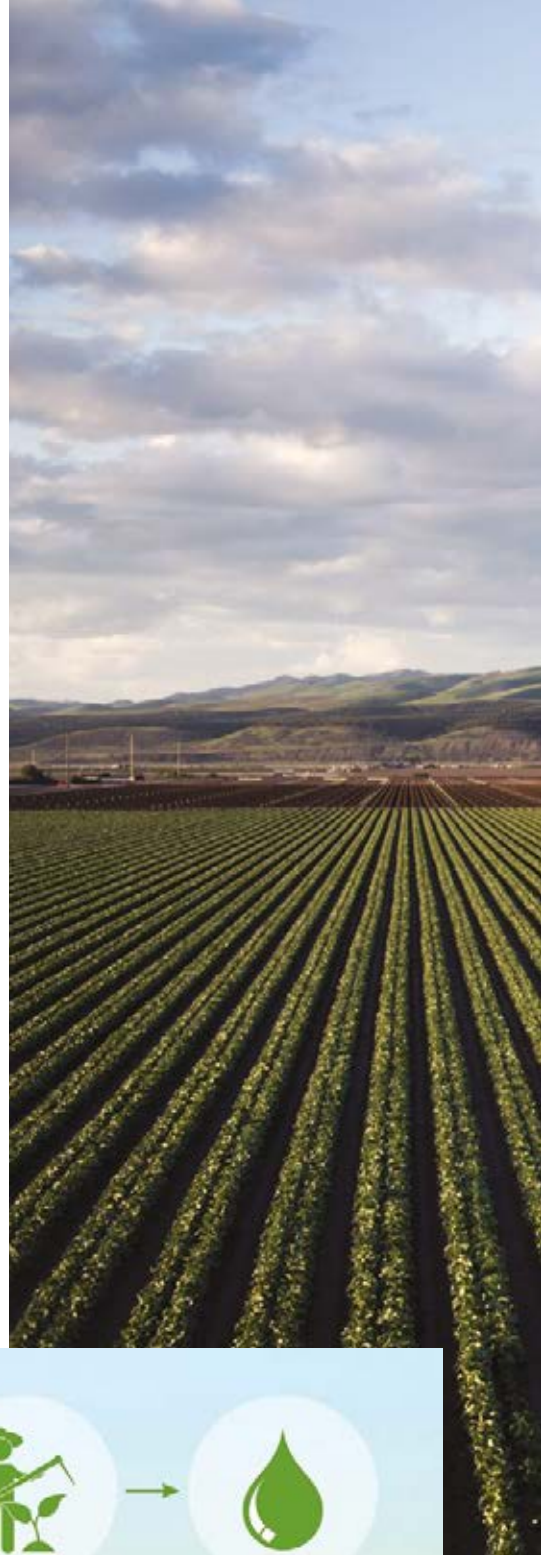
лозја, каде што бербата бара голем број работници во краток временски период.

Иако земјоделството во 2024 година се соочи со бројни предизвици, постојат можности за раст доколку се вложува во одржливи земјоделски практики, модернизација на производството и креирање на подобри услови за младите да се вклучат во секторот. Со соодветна стратегија, Македонија може да ја зголеми конкурентноста на своите земјоделски производи и да создаде стабилен и одржлив земјоделски сектор кој ќе може да им одолее на идните предизвици.

Македонското земјоделство меѓу традицијата и модернизацијата: Како да го зголемиме извозот?

Во кои области е конкурентно македонското земјоделство и каде се неговите можности за извоз?

Македонија е земја со богата земјоделска традиција, но и со голем потенцијал за модернизација и за подобрување на конкурентноста на глобалниот пазар. Со плодна почва, поволна клима и стратешка географска положба, македонските земјоделски производи веќе наоѓаат сигурен пласман во многу земји. Сепак, за да се зголеми из-



ЗЕМЈОДЕЛСТВО

ФОТО: ФРЕЕРК



ФОТО: ГЕРЕРК

ЗЕМЈОДЕЛСТВО

возот и да се освојат нови пазари, неопходни се инвестиции во квалитет, одржливост, дигитализација и подобра пазарна стратегија.

Една од најконкурентните гранки на македонското земјоделство е производството на овошје и на зеленчук. Производите како јаболка, праски, лубеници, домати и пиперки веќе се извезуваат во регионот, но постојат можности за проширување на европските и на светските пазари. Пиперките, особено традиционалните македонски сорти како ајварката и куртовската капија се високо ценети во земјите

со балканска дијаспора, како што се Германија, Шведска и Австрија. За да се подобри нивниот извоз, потребно е вложување во модернизација на производствените капацитети, сертифицирање според европските стандарди и подобро брендирање.

Јаболката, како еден од главните извозни производи, најмногу се пласираат на пазарите во Србија, Црна Гора, Русија и на Блискиот Исток. Сепак, за да се зголеми нивната вредност на странските пазари, потребно е фокусирање на органско производство, подобро

пакување и зголемување на сорти кои се барани на западноевропските пазари. Праските и лубениците, исто така, имаат голем потенцијал за извоз, но неопходни се подобри логистички решенија кои ќе овозможат нивен побрз транспорт и подолг рок на траење.

Грозјето и виното претставуваат уште една силна страна на македонскиот аграр. Со долгогодишна винска традиција и со препознатливи сорти како вранец и смедеревка, македонските вина се веќе присутни на пазарите во ЕУ, САД, Кина и во Русија. Сепак, за да се

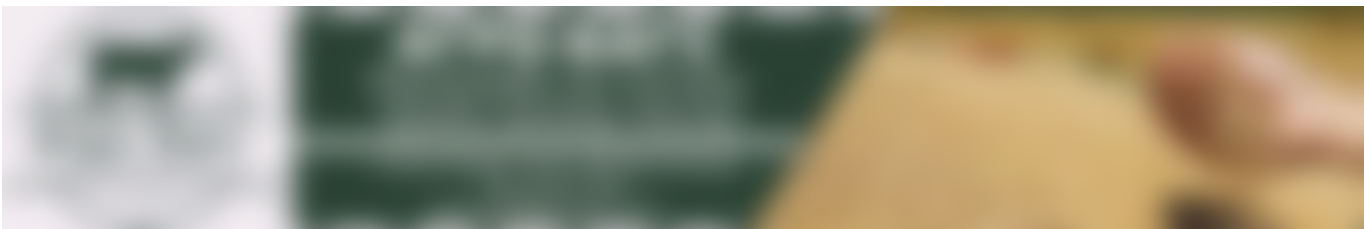


постигне повисока конкурентност, неопходно е да се вложува во премиум сегментот, органско производство и маркетинг насочен кон вински ентузијастички и специјализирани продавници за вино. Зголемената побарувачка за природни

и органски вина е шанса која македонските винарии треба да ја искористат.

Еден од производите кој добива сè поголемо внимание е македонскиот мед. Благодарение на неговата природност и висок квалитет,

македонскиот мед се извезува во Германија, Австрија и на Блискиот Исток. Со соодветна сертификација и маркетинг, неговиот извоз може значително да се зголеми, особено на пазарите каде што постои побарувачка за органски и за





необработени производи.

Покрај традиционалните земјоделски производи, Македонија има потенцијал и во производството на лековити и ароматични билки, како што се лаванда, нане и камилица. Овие билки се сè попопуларни во

фармацевтската и во козметичката индустрија, а побарувачката за органски билки е во постојан пораст. Оваа индустрија може да биде нов извор на приходи за македонските земјоделци, но потребни се дополнителни инвестиции во

сертификација, дистрибуција и воспоставување контакти со меѓународните компании кои ги користат овие состојки во своите производи.

Дополнителен сегмент каде што Македонија има големи можности за раст е одржливото и органското земјоделство. Сè повеќе потрошувачи во Европа и во светот бараат производи без пестициди и хемикалии, а македонските производители може да се позиционираат како снабдувачи на вакви висококвалитетни земјоделски производи. Со сертификација за органско производство и со соодветен маркетинг, македонското органско земјоделство може да стане сериозен играч на меѓународната сцена.

За да се зголеми македонскиот земјоделски извоз, потребна е поголема поддршка од државата, како и подобра инфраструктура и логистика. Инвестициите во ладилници, модерни капацитети за пакување и во побрзи транспортни линии може значително да го олеснат извозот на леснорасипливите производи. Исто така, неопходно е поголемо учество на македонските производители на меѓународните саеми за храна и за земјоделски производи, каде што може да воспостават директни контакти со дистрибутери и со трговски партнери.

Заклучно, македонското земјоделство има сериозен потенцијал за раст на извозот, но за тоа да се случи, потребни се модернизација, поголема поддршка за земјоделците, вложување во сертификација и подобра стратегија за брендирање и за пласман на меѓународните пазари. Со правилна насока, македонските земјоделски производи може да станат уште попрепознатливи и поприсутни на глобалната сцена, што ќе придонесе и за економски раст и подобрување на условите за работа на македонските земјоделци.





ТЕХНОЛОГИЈА И ИНТЕРНЕТ

Како иновациите, поддршката и претприемачкиот дух ги обликуваат најуспешните домашни стартапи и нивниот раст на македонскиот и на глобалниот пазар

Најуспешните домашни технолошки приказни. Зошто успеаја, и дали има на повидок нови стартапи?

Во последната деценија, македонскиот технолошки сектор направи голем напредок, со стартапи кои не само што успеаја да се пробијат на домашниот пазар, туку и на меѓународната сцена. Зад нив стојат иновации, претприемачки дух и поддршка од институции и фондови кои овозможуваат идеите да се развијат и да имаат успешен крај. Повеќе од еден десеток стартапи се покажаа како клучни примери на успех, а растечката тенденција на иновации носи нови надежи за идните генерации претприемачи.

Еден од главните фактори за успехот на овие стартапи е нивната способност да одговараат на

актуелните технолошки потреби, како и да користат поддршка од институции како Фондот за иновации и технолошки развој (ФИТР), кој значително помогна во развојот на новите компании. Во 2023 година, ФИТР инвестираше 2,6 милиони евра во стартапи како дел од програмата „Стартапувај 3“, што резултираше со поддршка за 70 нови технолошки проекти кои ги покажаа своите иновации.

Еден од најуспешните примери е „ХАС Инженеринг“, компанија која развива системи за домашна автоматизација. Преку својата иновација, компанијата овозможува поедноставено управување со греењето, ладењето и со осветлувањето во домовите преку мобил-



ФОТО: FREEPK

на апликација. Почнувајќи од мал старт, оваа компанија успеа да ги привлече големите бизниси и да го постави својот производ како решение на меѓународниот пазар. Финансиската поддршка од ФИТР и 25.000 евра грант им обезбеди-ле на младите основачи потребни средства за развој на иновацијата.

Друг значаен пример е компанијата „ДТК Смарт-тек“, која нуди решенија за енергетска ефикасност во индустријата. Компанијата раз-



вила технологија која ги идентификува проблемите кои ја зголемуваат потрошувачката на енергија и дава предлози за оптимизација на процесите. Преку успешната имплементација на оваа технологија во индустријата, како и нејзината употреба на факултети и на други институции, „ДТК Смарт-тек“ поставува стандарди за одржлив развој.

Примерите на стартапите во Македонија се многу и различни. За време на предизвикот „Стартап

Херои – Од супер идеја до супер маркет“, кој беше реализиран од ФИТР во соработка со Тинекс маркетите, беа поддржани девет иновативни стартапи. Овие компании понудија уникатни производи како што се сладолед со вино, тартуфи и микроплати произведени со Invito технологија. Преку маркетот Тинекс, овие производи сега може да се најдат на 10 различни локации, што претставува огромен чекор напред за нивните основачи

и покажува дека Македонија има потенцијал да генерира глобално конкурентни стартапи.

Истовремено, важна улога во успехите на овие компании имаат и меѓународните мрежи кои овозможуваат стартапите да се поврзат со инвеститори и да разменуваат искуства и идеи со глобални лидери во индустријата. Идејата на стартапите не е само да развиваат нови технологии, туку и да ја намалят разликата во условите на пазо-



ФОТО: ФРЕЕРК

рот и да го зголемат нивниот обем на продажба на странски пазари.

Со оглед на постојаното внимание на иновациите и поддршката од институциите, очекувањата за следните години се дека бројот на успешни стартапи ќе расте. Поддршката која се обезбедува преку различни фондови и програми создава можности за млади претприемачи да ги реализи-

раат своите идеи, а паралелно со тоа се создаваат нови вработувања, што придонесува за економски развој.

Сепак, една од најголемите пречки останува пристапот до доволни ресурси, како што се финансии и експертиза. Многу стартапи се соочуваат со предизвици кога станува збор за обезбедување капитал во раните фази на развој, како и со

недостаток на ментори кои можат да им помогнат во технички и во бизнис-аспекти. Како резултат на тоа, многу компании се соочуваат со тешкотии во преминот од фазата на иновација во фазата на масовно производство и продажба.

Не гледајќи на овие предизвици, иновациите и поддршката за стартапи продолжуваат да се зголемуваат, а со тоа и шансите за успех на новите генерации технолошки претприемачи во Македонија. Интересот за создавање нови компании и развој на иновации не се забавува и на повеќе начини се поддржува од различни организации, што носи ветување за светла иднина на македонската технолошка сцена.



A man in a white t-shirt and dark shorts is running on a treadmill. The treadmill is positioned in front of a large window that looks out onto a landscape with trees and a building. The scene is bathed in warm, golden light, suggesting sunrise or sunset. The treadmill has a digital display and a water bottle holder. A white towel is draped over the side of the treadmill.

СПОРТ И РЕКРЕАЦИЈА



Зголемената свест за важноста на физичката активност и доброто здравје влијае на позитивни промени во навиките

Колку македонските граѓани ги користат приватните спортски клубови и фитнес-центри?



ФОТО: ФРЕРК

Во последниве години, приватните спортски клубови и фитнес-центри во Македонија забележуваат значителен раст, што е резултат на зголемениот интерес на населението за здрав начин на живот и физичка активност. Според податоците на Државниот завод за статистика, бројот на фитнес-центри во Македонија се зголемил за 15 % во 2024 година во споредба со претходната. Овој пораст е најизразен во поголемите урбани центри како Скопје, Битола и Тетово, но и помалите градови покажуваат интерес за развој на оваа индустрија. Заедно со растот на бројот

на фитнес-центри, забележан е и пораст на членството во овие објекти. Според статистиката, повеќе од 150.000 Македонци во 2024 година активно користат фитнес-услуги, што претставува зголемување од 20 % во споредба со претходната година.

Интересот за приватните спортски клубови не е ограничен само на фитнес, туку и на други спортови како фудбал, кошарка, тенис и водни спортови. Многу клубови започнаа да нудат современи услуги како персонализирани тренинзи, велнес и рехабилитација, а некои од нив го проширија својот спектар на активности со иновации како спортови за деца

и за стари лица. Зголемената достапност на овие услуги и различните пакети за членство кои се нудат во фитнес-центрите и во спортските клубови, значително го поддржаа интересот на пошироката јавност, која сака да ја подобри својата физичка состојба, но и да се опушти и релаксира преку активности како јога, пилатес или медитација.

Покрај ова, приватните спортски клубови и фитнес-центри имаат поддршка и од институциите, кои го препознаваат потенцијалот на оваа индустрија за економски развој и за здравствена благосостојба на населението. Во 2022 година, локалните власти преку различни буџетски ставки доделиле значителна финансиска поддршка на спортските клубови, која има за цел да ја поттикне и развие спортската активност. Оваа поддршка е особено важна за приватните спортски клубови, кои се соочуваат со високи оперативни трошоци и со потребата за модернизација на своите објекти.

Не само што фитнес-индустријата бележи пораст, туку и бројот на членови во спортските клубови продолжува да расте. Според податоците од статистиката, во 2024 година, бројот на активни членови на спортски клубови и на фитнес-центри достигнал 150.000, што претставува зголемување од 20 % во споредба со 2023 година. Овој тренд се одразува на позитивната промена во свеста на населението за важноста на физичката активност и за превенцијата на хронични болести преку редовно вежбање.

Меѓутоа, и покрај растот на бројот на приватни спортски клубови, не се сите региони еднакво развиени во овој сектор. Истражувањата покажуваат дека дистрибуцијата на спортските објекти не е еднаква низ цела Македонија. На пример, додека Скопје и други поголеми градови бележат брз развој на приватните фитнес-центри, помалите населени места и руралните области остануваат со ограничени можности за физичка активност, што создава нееднаквост во достапноста на спортски и на рекреаци

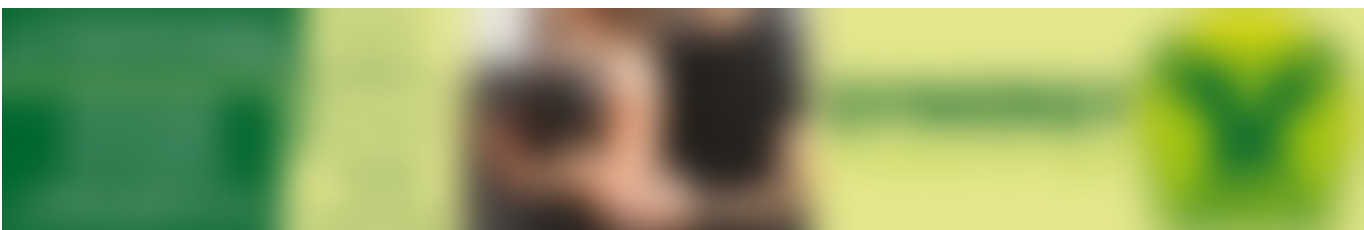


тивни услуги. За да се надминат овие предизвици, потребни се дополнителни инвестиции и поддршка од страна на локалните и на националните власти, кои ќе овозможат создавање нови можности за активен живот и во помалите региони.

Во исто време, зголемената свест за важноста на физичката активност и доброто здравје влијае на позитивни промени во навиките на граѓаните. Рекреативните активности веќе не се само луксуз, туку станаа дел од секојдневниот живот на многу Македонци. Приватните спортски клубови и фитнес-центри продолжуваат да играат клучна улога во создавањето на здраво општество, поттикнувајќи ги луѓето да се ангажираат во редовни физички активности и да се грижат за своето физичко и психичко здравје. Ако трендот продолжи, во иднина може да се очекува уште поголем развој на оваа индустрија, што ќе придонесе за благосостојбата на граѓаните и за развојот на македонската економија.

За да се обезбеди понатамошен раст на спортските клубови и на фитнес-центрите, клучна е континуираната едукација на населението за важноста на физичката активност. Кампањите за подигнување на свеста, како и за охрабрување на младите генерации да се вклучат во спорт и рекреација, ќе бидат од големо значење за долгорочната здравствена култура на земјата. Преку стратешки инвестиции во нови спортски објекти, подобрување на инфраструктурата и создавање атрактивни програми за сите возрасти, Македонија има потенцијал да стане лидер во регионот во понудата на спортски услуги и рекреативни активности. Со тоа, ќе се обезбедат не само здрави популации, туку и нови работни места и економски раст.

ФОТО: FREEPRK





УБАВИНА И НЕГА

Брзорастечкиот сектор на козметички услуги и салони за убавина - можности за раст или опасност од заситување на пазарот?

Понудата на салоните за убавина и нега: Дали пазарот ги следи трендовите?

Во последните години, пазарот за козметички и естетски услуги во Македонија бележи забрзан развој, а побарувачката за професионални третмани, шминка и тренинзи за обука е во континуиран пораст. Со отворањето на нови салони за убавина, центри за естетска нега и школи за професионална обука, индустријата покажува дека се стреми да ги следи глобалните трендови. Но, дали реалната потреба на потрошувачите го оправдува овој раст и дали пазарот може да ги поддржи сите нови бизниси?

Според најновите податоци од Заводот за статистика за 2024 година, бројот на регистрирани салони во земјата пораснал во однос на претходната година, додека приходите во оваа индустрија исто така бележат зголемување. Најголема концентрација на салони има во урбаните центри како Скопје, Би-

тола и Тетово, додека помалите градови покажуваат побавно темпо на развој во оваа сфера. Овој раст сугерира дека индустријата за убавина има сериозен пазарен потенцијал, но воедно ја зголемува и конкуренцијата, поставувајќи прашања за одржливоста на новите играчи во секторот.

Популарни услуги и глобални трендови

Козметичките трендови во 2025 година се во целост ориентирани кон природната убавина и кон минимално инвазивни процедури кои нудат природен изглед без потреба од комплексни и од инвазивни интервенции. Поголема свест за здрава и за еколошки пријателска убавина довела до зголемена побарувачка за органски и за вегански козметички производи кои не само што се благопријатни за кожата, туку и за животната средина. Сепак, и по-

крај овој тренд, популарни остануваат третманите како микропигментација на веѓи, ласерска епилација, ботокс и филери, кои продолжуваат да бидат омилени опции за оние кои сакаат брзи, ефективни и трајни резултати. Овие процедури се побарани не само за нивната ефикасност, туку и за брзината со која се постигнуваат саканите ефекти.

Иновациите во индустријата продолжуваат да играат клучна улога, па така салоните започнуваат да ги интегрираат напредните методи за регенерација на кожата, како што се хидрофацијалните третмани, кои комбинираат ексфолијација, хидратација и длабинско чистење, како и LED-терапии кои се користат за лекување на акни, во борба против старењето и подобрување на целокупниот изглед на кожата. Колагенските маски исто така стануваат сè популарни поради нивната способност да ја



стимулираат кожата да создава повеќе колаген, што е клучно за одржување на еластичноста и на младешкиот изглед на кожата. Овие трендови, кои се на глобално ниво, се адаптираат на македонскиот пазар, при што салонот за убавина, кој не ги нуди овие иновации, може да се најде зад конкурентите кои се попречуваат да ги исполнат побарувањата на клиентите.

Фризерските трендови, исто така, претрпеа промени – клиентите сè повеќе бараат техники како „balayage“ и „air touch“, кои даваат природен изглед на косата, додека третманите за зајакнување и обнова со кератин или со органски производи стануваат сè попопуларни. Во делот на маникир и педикир, зголемена е побарувачката за гел-лак, nail art техники и за медицински педикир.

Конкуренција, цени и одржливост на бизнисите

И покрај значителниот раст на индустријата, од суштинска важност е да се анализира дали бројот на новоотворени салони веќе го надминува реалниот капацитет на пазарот. Бројот на салони во урбаните средини, особено во главниот град, порасна значително, додека помалите градови и рурални подрачја не покажуваат исто темпо на ра-

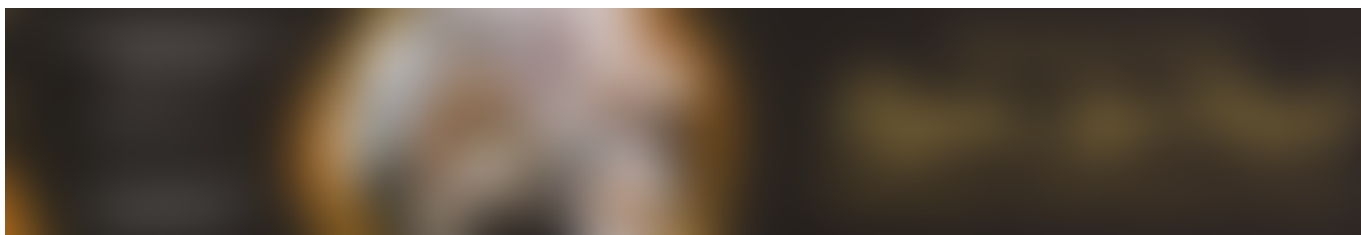
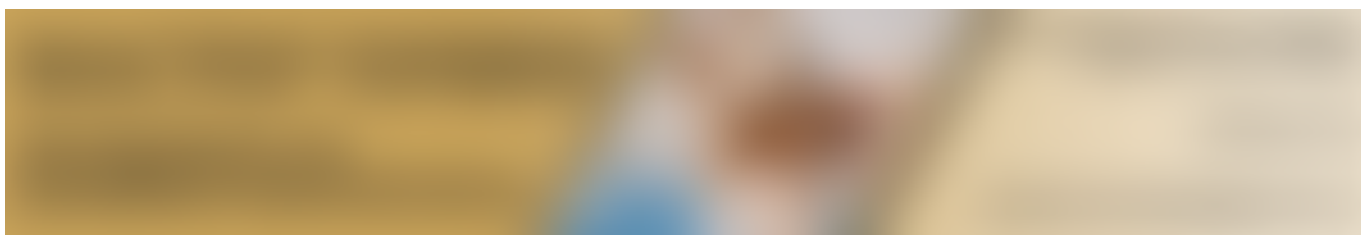




ФОТО: FREEPIK

звој. Во Скопје, на пример, постои висока концентрација на козметички услуги, што создава интензивна конкуренција помеѓу бизнисите кои нудат слични услуги. Во одговор на ова, некои салони се принудени да користат агресивни ценовни стратегии, како што се значителни попусти и промотивни пакети, за да привлечат и задржат клиенти. Овие ценовни маневри, иако може да бидат корисни за привлекување нови потрошувачи, може да доведат до краткорочен ефект и да ја поткопаат долгорочната профитабилност на бизнисите.

Дополнително, економските предизвици и зголемените трошоци за живот влијаат на потрошувачката моќ на клиентите. Поради повисоките трошоци за секојдневни потреби, многу потрошувачи стануваат повеќе внимателни во своите потрошувачки избори, што го менува нивното однесување во однос на фреквенцијата на посетите на салоните за убавина. Ова значи дека бизнисите мора да ги прилагодат своите понуди и да нудат поволни и релевантни опции кои ќе ја оправдаат инвестицијата на потрошувачите. Конкуренцијата, заедно со економската реалност, може да доведе до консолидација на пазарот, каде што само оние кои се посебно иновативни, со висококвалитетни услуги и со стабилен маркетинг, ќе успеат да опстанат и да се наметнат како лидери на пазарот.

Иднината на индустријата за убавина во Македонија

Иднината на козметичкиот сектор во Македонија е несомнено поврзана со способноста на бизнисите да се адаптираат на новите трендови и да инвестираат во нови технологии и во едукација на својот персонал. Промените во побарувачката, како и растечката свест за важноста на природната убавина, создаваат нови можности за оние кои ќе бидат во состојба да понудат услуги што ги следат глобалните трендови. Салоните кои инвестираат во нови дигитални алатки, како што се онлајн платформи за закажување услуги, како и активна комуникација преку социјални мрежи, ќе бидат во предност. Дигитализацијата не само што им овозможува на клиентите да го изберат најдобриот термин за посета, туку и ги зголемува транспарентноста и довербата во бизнисите.

Освен тоа, персонализираната услуга ќе биде клучна за задржување на постоечките и за привлекување нови клиенти. Понудата на пакети кои се прилагодени на специфичните потреби на клиентите, било да станува збор за тип на кожа, тип на коса или за лични преференции во изгледот, може да создаде конкурентна предност за салоните. Крајно, иновациите ќе бидат клучни во одржувањето на растот на индустријата, иако не се исклучува можноста паза-

рот да достигне точка на заситување, при што само најквалитетните и најфлексибилни бизнисите ќе успеат да ја задржат својата позиција на пазарот. Овој тренд на зголемена персонализација и едукација на потрошувачите ќе продолжи да ја обликува иднината на секторот и ќе ја дефинира динамиката на пазарот во 2025 година и понатаму.



