



НАЦИОНАЛНА ФЕДЕРАЦИЈА НА ФАРМЕРИ  
NATIONAL FEDERATION OF FARMERS



**ПРИРАЧНИК**  
**ЗА НАЈДОБРИТЕ ПРАКТИКИ**  
**НАМЕНЕТИ ЗА ЛИЦА СО ПОПРЕЧЕНОСТ, ЖЕНИТЕ**  
**И ДРУГИ РАНЛИВИ ГРУПИ ВО РУРАЛНИТЕ СРЕДИНИ**



ПРОЕКТ  
„ПОДДРШКА НА ПАЗАРНИТЕ ВРСКИ ЗА РУРАЛНОТО  
НАСЕЛЕНИЕ СО АКЦЕНТ НА ЛИЦАТА СО ПОПРЕЧЕНОСТИ,  
РУРАЛНИТЕ ЖЕНИ И ДРУГИ РАНЛИВИ ГРУПИ“

## ПРИРАЧНИК

ЗА НАЈДОБРИТЕ ПРАКТИКИ НАМЕНЕТИ ЗА  
ЛИЦА СО ПОПРЕЧЕНОСТ, ЖЕНИТЕ И ДРУГИ  
РАНЛИВИ ГРУПИ ВО РУРАЛНИТЕ СРЕДИНИ



Јануари, 2024 година  
Скопје



НАЦИОНАЛНА ФЕДЕРАЦИЈА НА ФАРМЕРИ  
NATIONAL FEDERATION OF FARMERS

**Издавач:** Национална федерација на фармери

**Автори:** м-р Билјана Петровска Митревска, Стеван Орозовиќ

**Коавтори:** проф. д-р Наташа Станојковска – Трајковска, Владимир Трајковиќ, Мики Трајкоски,  
Милка Коштровска

**Организационен одбор:** Жарко Јевтиќ

**Графичко уредување и дизајн:** Бригада дизајн

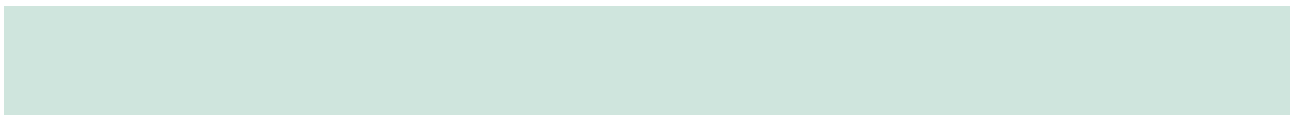
**Превод:** Еуролингва дооел Скопје

Јануари 2024

## СОДРЖИНА

---

<b>ВОВЕД</b> .....	<b>7</b>
<b>1. КРЕИРАЊЕ БУЏЕТСКИ МЕРКИ И ПОЛИТИКИ ЗА ЛИЦАТА СО ПОПРЕЧЕНОСТ ВО РУРАЛНИТЕ ОПШТИНИ</b> .....	<b>8</b>
<b>2. ПРОДАЖБА И ПАЗАРНИ ВРСКИ ЗА ЛИЦАТА СО ПОПРЕЧЕНОСТ</b> .....	<b>12</b>
<b>3. ЗНАЕЊЕ И ВЕШТИНИ ЗА ПРОМОЦИЈА И МАРКЕТИНГ ЗА ЛИЦАТА СО ПОПРЕЧЕНОСТ</b> .....	<b>14</b>
<b>4. ПОСТ-БЕРБЕНИ ТЕХНОЛОГИИ ЗА ОВОШЈЕ И ЗЕЛЕНЧУК</b> .....	<b>17</b>
<b>5. ЗАКЛУЧОК</b> .....	<b>19</b>



## ВОВЕД

Овој прирачник е изработен во рамките на проектот „Поддршка на пазарните врски за руралното население со акцент на лицата со попречености, руралните жени и други ранливи групи“, поддржан од Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH во рамките на проектот „Поддршка на економската диверзификација на руралните области во Југоисточна Европа“ (SEDRA II).

Целта на проектот е зголемување на пазарните врски за руралното население со посебен акцент на лицата со попреченост, руралните жени, млади и другите ранливи групи, со цел да им се обезбедат можности за создавање нови или дополнителни работни места, како и можности за зголемување на нивните приходи.

Истовремено целта на овој проект е и да се подобри деловното работење на лицата со попреченост, жените и други ранливи групи во руралните средини преку овозможување директна продажба, скратување на синцирот на снабдување, зголемување на приходите и профитот, пристап до нови клиенти, создавање конкурентни производи со додадена вредност и воспоставување стабилни пазарни врски за планираното идно производство.

Во прирачникот се опфатени совети и препораки кои ќе им помогнат на општините, лицата со попреченост, руралните жени и другите ранливи групи од руралните средини, да го зголемат производството и вишокот да го пласираат на локални пазари и купувачите заинтересирани да ги купат нивните производи.

Практиките кои се прикажани во прирачникот произлегуваат од наодите на спроведените проектни активности насочени кон земјоделски производители, од кои во најголем дел се опфатени семејства кои имаат лица со попречености, потоа лица со попречености, жени и млади од руралните средини. Активностите се спроведуваат во 17 рурални општини: Зелениково, Студеничани, Гази Баба, Бутел, Пласница, Македонски Брод, Јегуновце, Чашка, Велес, Лозово, Свети Николе, Струмица, Босилово, Василево, Зрновци, Чешиново-Облешево и Гостивар.

Во прирачникот се претставени препораки за креирање на буџетски мерки и политики во руралните општини наменети за лицата со попреченост и другите ранливи групи, создавање на пазарни врски, развој на знаење и вештини за промоција и маркетинг за производство, како и развој на знаење и вештини за пост-бербените технологии.



# КРЕИРАЊЕ БУЏЕТСКИ МЕРКИ И ПОЛИТИКИ ЗА ЛИЦАТА СО ПОПРЕЧЕНОСТ ВО РУРАЛНИТЕ ОПШТИНИ

## ■ Зошто е важно креирање на буџетски мерки?

Креирањето буџетски мерки, претставува процес на распределба на средствата во функција на одредени приоритети, цели или резултати кои треба да се постигнат со вложените средства. Креирањето буџетски мерки и политики за лицата со попреченост во развојот, се во иста насока.

Новите социјални политики насочени кон лицата со попреченост, ја истакнуваат потребата за транзиција од институционална во општествена грижа, преку овозможување на социјални услуги кои го следат пристапот кон лицата со попреченост, заснован на човековите права.

Реформата на секторот на социјалните услуги, ја вклучува промената на парадигмата во врска со попреченоста – од медицинскиот и милосрдниот модел кон социјалниот модел и пристапот врз основа на човековите права. Во последните триесет години, стапија на сила два значајни документа од меѓународното законодавство кои помогнаа во трансформацијата на начинот на кој општеството размислува и ги третира луѓето со попреченост.

Лицата со попреченост укажуваат на потребата од посериозен пристап кон попреченоста и односот кон лицата со попреченост. Оправданоста на буџетското планирање на локалните самоуправи и институции во секоја локална заедница се должи на тоа што 15 до 20% од вкупното население во светот, вклучително и во Република Северна Македонија, се лица со попреченост. Дополнително, имајќи ги предвид луѓето од другите ранливи категории, уште поголем е бројот на лица на кои треба да им се посвети посебно внимание и да се работи на нивното економско зајакнување.

## ■ Кои се позитивните промени?

- Поддршка од донатори во рамките на Агендата 2030. Голем број проекти финансирани од граѓански организации, но пред се големи меѓународни проекти се реализирани во последните години.
- Јавната свест и прифаќањето на лицата со попреченост во локалната заедница полека, но сепак евидентно се менува. Лицата со попреченост стануваат се повидливи и некои од нив ги зајакнале вештините за самозастапување и застапување на другите.
- Дигитализацијата е процес кој го опфаќа целото општество, а особено е важен за лицата со попреченост.
- Социјално мапирање беше извршено во некои од општините. Некои од општините направија мапирање на потребите и услугите. Останатите треба да го направат тоа што е можно поскоро за да можат да ги користат сите постоечки ресурси, но и да развијат нови.

## ■ Кои се предизвиците со кои се соочуваат општините и лицата со попреченост?

### Состојба:

- ➔ Мапирање на различните видови на попреченост во секоја општина за идентификација на потребите на лицата со попреченост.
- ➔ Развој на буџетски план кој ги вклучува трошоците за секоја услуга или програма, очекуваните резултати и временската рамка за имплементација.
- ➔ Вклучување на лицата со попреченост и нивните семејства во процесот на планирање на буџетот.

### Предизвици:

- ➔ Недоволни финансиски ресурси за реализација на значајни идеи и проекти за лицата со попреченост и општините.
- ➔ Недоволни човечки и институционални капацитети.
- ➔ Несоодветна законска регулатива и непочитување на истата.
- ➔ Непознавање на достапните услуги и неизградена соодветна инфраструктура.
- ➔ Недостаток на мали грантови за семејства со лица со попреченост.

## ■ Како да се креираат буџетски мерки и политики за лица со попреченост?

- 1. Проширување на ставки во постојните буџети кои се однесуваат на овие лица** – расходите на општините треба подетално да се опишат во самите буџети, односно користејќи ги контата дадени од Министерството за финансии (Трансфери кон НВО, Капитални трансфери кон НВО и Социјалните надоместоци), општините би требало да отворат аналитички конта во кои ќе се издвојат ставките наменети исклучиво за оваа категорија на граѓани.
- 2. Посебен под-буџет наменет за овие лица** – се она што општината планира да го издвои за лицата со попреченост во развој, општината би требало да го прикаже како под-буџет, односно во рамките на самиот буџет да се издвојат сите ставки кои се однесуваат на грижа на овие граѓани и да се даде детален преглед. Доколку ова се коси со некои од актите поврзани со стандардниот изглед на Буџетите, истово може да се издвои како посебен документ или извадок од Буџет кој ќе биде лесно достапен за преглед од страна на заинтересираните страни (на пример, поставени на интернет страниците во секцијата наменета за општинските буџети).
- 3. Постојана парична помош** – оваа ставка е дел од сметката 471 – Социјални надоместоци. Законски, овие издвојувања се во доменот на Социјалните центри, кои средствата буџетирани на оваа под-сметка ги наменуваат за лицата со попреченост во развој кои не можат да остварат приходи по некој друг основ.





## ■ Што е значајно да опфатат буџетските мерки за лицата со попреченост?

Кога станува збор за пристапна средина, пред се треба да се размислува во насока на физичка пристапност, пристапен транспорт и достапни информации. Животната средина и институциите во руралните средини, не ги исполнуваат стандардите за пристапност и сè уште постои недоволна свест за потребите на лицата со попреченост во развојот и речиси и да не постои инклузивна култура. Во рамките на проектот беа организирани теренски посети на кои учествуваа лица со попречености, нивни семејства, претставници од општини и институции. Лицата со попречености во директна комуникација со општините и институциите од руралните средини ги истакнаа следните потреби:

- **1. Информациите за мапираните социјални услуги,** треба да бидат достапни за сите лица со попреченост, без оглед на нивниот вид и степен на попреченост. Ова може да се направи со обезбедување информации во различни достапни формати, како што се: Брајово писмо, аудио формат, големи печатени или лесно читливи формати.
- **2. Идентификување на потенцијалните можности за социјално претприемништво.** Потребно е идентификување на потенцијални деловни можности кои одговараат на вештините, интересите и потребите на лицата со попреченост во руралните области. Следствено, треба да се земат предвид, пред се, можностите кои што ги нудаат земјоделството, туризмот, занаетчиството и услугите.
- **3. Вмрежување на засегнатите страни.** Засегнатите страни треба да се вмрежуваат, вклучувајќи ги лицата со попреченост, нивните семејства, водачите на заедницата, владините службеници и невладините организации. Секако не треба да се заборава можностите што ги нуди партнерството и соработката со организации кои можат да обезбедат поддршка и ресурси за развој на социјалното претприемништво.
- **4. Обезбедување на обуки и поддршки:** Треба да се обезбедат обуки и поддршки на лицата со попреченост за да се развијат вештините и знаењата неопходни за основање и управување со социјално претпријатие. Ова може да вклучува обука за бизнис менаџмент, финансиска писменост, маркетинг и развој на производи.
- **5. Начини на финансирање:** Пристап до финансирање од владини програми, невладини организации и субјекти од приватниот сектор за поддршка на развојот и работењето на социјалните претпријатија за лица со попреченост. Ова може да вклучува грантови, заеми и групно финансирање.
- **6. Општините треба да бидат партнери во градењето пазарни врски:** Пазарни врски за социјалните претпријатија преку воспоставување односи со потенцијални клиенти, дистрибутери и трговци на мало. Организирање на саеми, онлајн пазарите и платформите за социјални медиуми се исто така добра можност за промоција и продажба.
- **7. Редовното следење и оценување на работата на социјалните претпријатија,** треба да осигура дека тие се одржливи и ги задоволуваат потребите на лицата со попреченост во руралните области. Повратните информации и поддршката ќе им помогнат на претприемачите да ги подобрат своите претпријатија.



→ **8. Клучно за социјалната вклученост на лицата со попреченост се развојот на социјалните услуги и тоа:**

- Социјални клубови
- Згрижувачки семејства
- Интервентни згрижувачки семејства
- Трансформација на дневни центри
- Поставување на сензорни соби во рамките на секоја општина
- Изградба на мултидисциплинарни паркови кои ќе бидат приспособени за лицата со попреченост
- Организација на активности и манифестации за вклучување на лицата со попреченост
- Воведување на регистар на лица со попреченост во рамките на секоја општина (име, презиме и вид и степен на попреченост).
- Изградба на пристапна инфраструктура
- Рана интервенција ориентирана кон семејството
- Инклузивно образование
- Инклузивна култура и инклузивно општество
- Развој на социјалното претприемништво
- Поттикнување на волонтеризмот и младинското учество

→ **9. Во креирањето буџетските мерки за лица со попреченост, треба да се земат во предвид начините за стимулирање на работниот ангажман и вработување на лицата со попреченост и други ранливи категории од руралните средини во смисол на :**

- Финансирање по сетови од мерки
- Кредити/заеми
- Грантови
- Јавно приватно партнерство
- Обезбедување мерки и финансиска поддршка за вработување на лица со попреченост во секторите земјоделство и рурален развој.

→ **10. Вработување на соодветен кадар за поддршка на лицата со попреченост, како што се лични и образовни асистенти**





## 2 ПРОДАЖБА И ПАЗАРНИ ВРСКИ ЗА ЛИЦАТА СО ПОПРЕЧЕНОСТ

### ■ Зошто стабилните пазарни врски се важни?

Зајакнувањето на пазарните врски за производителите на храна е од витално значење за нивниот долгорочен успех. Со воспоставување одржливи односи, обезбедување континуиран пласман и нудење конкурентни цени, производителите можат да го прошират своето присуство на пазарот и да ја зголемат профитабилноста. Вклучувањето на невладините организации и локалните самоуправи, ги зајакнува овие напори и придонесува за напредокот на општествената одговорност.

Преку поддршка на локалните бизниси и нагласување на уникатните особености на производите, корист имаат и производителите и потрошувачите, поддржувајќи одржлив и продуктивен систем за производство на храна.

### ■ Што знаат производителите со храна за пазарот?

Истражувањето и работата покажаа дека, производителите на храна имаат одлично познавање на производната област и потребните услови за работа кај кои секогаш има можност за подобрување. Сепак, состојбата на пазарот не им оди целосно во прилог на категориите лица кои се опфатени со овој проект. Најголем дел од вишок на своето производство, семејствата го носат сами на локалните пазари, додека помал дел се нуди на локалните бизниси. Помеѓу локалните бизниси и производителите со попреченост, веќе има воспоставени врски, со тоа што потенцијалот на оваа соработка не е целосно искористен. Понудата од страна на производителите е повеќе стихијна отколку планска и речиси и да не постои договор за редовна понуда или побарувачка. Воедно нема договор за откупните цени и овие производители се постојано под притисок од страна на големите производители.

### ■ Што покажаа нашите искуства за предизвиците на производителите?

Предизвиците со кои овие производители на храна се соочуваат се повеќекратни. Самите производители, како предизвик ги посочуваат потребата за контакт лице во рамките на општините, со цел упатување и поврзување на производителите со откупувачите, решавање на проблемот со недостаток на работна сила, отежнат пристап до финансиски средства преку постоечките банки, можноста од заеднички пласман на производите со други индивидуални производители, стереотипна претстава за жените како земјоделки, фактот дека големите производители и увезените производи имаат поконкурентни цени. Овие производители имаат потреба од помош во однос на претходно наведените аспекти во процесот на производство на храна.

### ■ Како да воспоставите пазарни врски, кое е нашето искуство и препорака?

Како и со секој бизнис модел, така и овој проект ја опфаќа страната на маркетинг и продажба на производите, за да се обезбеди одржлив раст на земјоделството на конкретната категорија земјоделци и во иднина.

Врз основа на искуствата на проектот ова се препораки или добри практики во делот на воспоставување на пазарни врски и продажба.

Препорака	Што да направам	Како	Зошто
Идентификување на потребите на производителите со попреченост и нивните специфични пречки.	Изведување на анкети и интервјуа со производителите со попреченост за идентификација на нивните потреби и пречки.	Анкети, интервјуа, прашалници.	Осигурајте дека ги разбирате специфичните потреби и предизвици со кои се соочуваат овие производители.
Образование и обука на производителите со попреченост за управување со своите производи и бизниси.	Организирање на едукативни состаноци и обуки за производителите со попреченост.	Семинари, образовни материјали.	Обука и стекнување на знаење која ќе им помогне да постават и водат свои успешни бизниси.
Помагање во создавањето на мрежи и пазарни врски со локалните откупувачи.	Организирање на средби и работни сесии помеѓу производителите и локалните откупувачи.	Средби, работни сесии, контакти.	Овие врски ќе им овозможат на производителите да го продаваат својот производ.
Поддршка за брендирање на производите на производителите со попреченост.	Консултирање и помош во дизајнирањето и маркетингот на производите.	Маркетинг консултации, дизајн услуги.	Брендирањето ќе го подигне привлекувањето на внимание на производите и продажбата на нивните производи.
Поддршка за пристап до финансиски средства за развој на бизнисот.	Помош во пребарувањето и аплицирањето за финансиски средства и грантови.	Информации за финансиски програми, совети за аплицирање.	Финансиската поддршка ќе ги олесни инвестициите во производството и маркетингот.
Промовирање на свесноста кај локалните купувачи за производите на производителите со попреченост.	Организирање на кампањи и настани за популаризација на овие производи.	Маркетинг кампањи, социјални медиуми.	Купувачите треба да бидат свесни за вредноста на производите и инклузијата на производителите со попреченост
Непрекинато следење и поддршка на производителите во процесот на производство и продажба.	Осигурајте редовна комуникација и совети за подобрување на бизнисот.	Комуникациски средства, консултации.	Постојаната поддршка ќе им помогне на производителите да го одржат и развиваат својот бизнис



# 3 ЗНАЕЊЕ И ВЕШТИНИ ЗА ПРОМОЦИЈА И МАРКЕТИНГ ЗА ЛИЦАТА СО ПОПРЕЧЕНОСТ

## ■ Зошто е важен маркетингот и промоцијата?

Маркетингот и промоцијата на земјоделските производи се од суштинско значење за постигнување на конкурентност, профитабилност и одржливост на земјоделските стопанства. Ова е важен сегмент за лицата со попречености, кои се соочуваат со многу предизвици и ограничувања во вршењето на земјоделска дејност. Некои од овие предизвици се: недостаток на финансиски средства, недостаток на образование и обука, недостаток на технолошка опрема и инфраструктура, дискриминација и социјална изолација, недостаток на информации и пазарни можности. Со користење на различни стратегии и алатки за маркетинг и промоција, тие можат да ги подобрат нивните пазарни перформанси и видливост на пазарот, да ги задоволат потребите на потрошувачите, да ги зголемат нивните приходи и профити, да ги подобрат нивните знаења и вештини, да се вмрежуваат и соработуваат и да ја подигнат нивното самодоверба и јакнење. Со тоа, тие ќе дадат свој придонес кон развојот на земјоделството и локалната заедница во целост.

## ■ Каква е потребата од едукација и користењето на алатки за промоција и маркетинг?

Производителите ја истакнаа потребата за едукација за маркетинг и промотивните алатки. Маркетинг алатките треба да одговорат на нивните потреби и предизвици, но за ранливите групи посебен предизвик се логистичките бариери за пристап до пошироки, локални и онлајн пазари. Постои голема желба за нивен напредок, но исто така ја покажуваат потребата од зголемена морална и финансиска поддршка од државата. Постои итна потреба од политики и мерки кои ги поддржуваат економските активности на овие ранливи групи, како што се обезбедување инфраструктура за дистрибуција, олеснување на пристапот до онлајн пазарите, промоција и маркетинг. Од суштинско значење е да се продолжи со одржување на работилници и возмозување на поддршки за градење капацитети кои ги едуцираат овие групи за маркетинг и промотивни стратегии, како и за воспоставување пазарни врски. Работилници во рамките на проектот се покажаа како ефективно средство за градење вештини и знаења кои се клучни за економско јакнење и зголемување на нивните нивоа на приходи. Проектот идентификува неколку случаи каде ранливите групи би можеле да имаат корист од здружувањето. На пример, соработката со други производители за да се задоволат барањата за побарувачка може да биде практичен начин за надминување на ограничувањата во производството. Идните иницијативи треба да ги истражуваат и промовираат таквите партнерства.

## ■ Како до зајакнување на пазарните врски преку промоција и маркетинг?

ШТО ДА НАПРАВАМ	КАКО ТОА ДА ГО НАПРАВИШ
За претпознатливост на производот треба брендирање	<ul style="list-style-type: none"> <li>а) Обезбедување јасни информации за производите, кои вклучуваат краток опис на нивните главни карактеристики, цена и слики (брендирање)</li> <li>б) Користење на ознаки за квалитет, како што се ознаки за потекло, географска ознака, органско производство, традиционален специјалитет, итн., кои ќе ги додадат вредност на нивните земјоделски производи и ќе ги заштитат од нечесна конкуренција.</li> <li>в) Фотографиите на производите треба да бидат одразлични агли</li> <li>г) Обезбедување јасни информации за сопственикот на бизнисот, број за контакт, локација на производството и линк до веб-страницата или социјалниот медиум.</li> <li>д) Обезбедување навремени и ажурирани информации за понудените производи или услуги</li> <li>е) Откако ќе се објави нов производ, брзо рекламирање на социјалните мрежи</li> </ul>
Добро планирање преку маркетиншки план овозможува добра продажба	Изработка на маркетиншки план, кој ќе ги определи целите, целниот пазар, кои алатки на промоција ќе се користат, маркетиншкиот микс (производ, цена, дистрибуција и промоција) и мерењето на резултатите
За да продадеш треба да ги промовираш производите	<ul style="list-style-type: none"> <li>а) реклами, брошури, плакати, веб-сајтови, социјални медиуми</li> <li>б) учество на саеми, изложби, фестивали, дегустации, итн., кои ќе ја зголемат свеста и интересот на потрошувачите за нивните земјоделски производи</li> <li>в) Потребни се промоции – специјални попусти, купете еден добијте еден, навремено плаќање итн.</li> <li>г) Организирање наградни игри и бесплатни подароци.</li> <li>д) Соработка со медиуми за промоција</li> <li>ѓ) Редовно обезбедување привлечни „сидни“ белешки со атрактивни слики од производите</li> <li>е) Следење на коментарите и повратните информации од следбениците и брзо одговарање</li> </ul>



ШТО ДА НАПРАВАМ	КАКО ТОА ДА ГО НАПРАВИШ
Најефтина и најбрза промоција е Online промоција	<ul style="list-style-type: none"> <li>а) Креирање веб-страница или користење сметки на порталот efarm.mk и социјалните медиуми</li> <li>б) Рекламирање на сајтовите на социјалните медиуми преку портите и банерите за социјалните медиуми</li> <li>в) Потребно е да се биде следбеник на други компании или физички лица на социјалните медиуми, со цел да се добие свесност за бизнисот/производот помеѓу потрошувачите</li> <li>г) Правилно користење и означување во социјалните медиуми</li> <li>д) Ажурирање на социјалните медиуми</li> <li>ѓ) Потребно е креирање полемика за производот, со цел потрошувачите да зборуваат за него</li> <li>е) Користење пребарувачи за лоцирање на потенцијалните клиенти</li> <li>ж) Користење препораки од постоечки клиенти или обожаватели</li> <li>з) Создавање вкрстени врски во сите социјални медиуми и веб-страници, со цел генерирање посетители</li> <li>с) Рекламирање на веб-локации на добавувачи и соработници (affiliate marketing)</li> <li>и) Рекламирање на специјализирани портали од областа на земјоделството</li> </ul>
За да стигнеш до купувачите треба да развиеш добри дистрибутивни канали	<ul style="list-style-type: none"> <li>а) директна продажба на фармата</li> <li>б) директна продажба на пазарите</li> <li>в) продажба преку интернет</li> <li>г) индиректна продажба преку посредници, како што дистрибутери откупувачи, трговци, супермаркети, ресторани, хотели</li> <li>д) Јасен процес на нарачка</li> <li>ѓ) Јасни информации за опциите за плаќање (на пр. директно во банка, итн.)</li> <li>е) Опции за испорака (само подигање/испорака)</li> </ul>

### Маркетингот и промоцијата на земјоделските производи за лицата со попреченост и другите ранливи групи имаат за цел да:

- ➔ Ги идентификуваат и задоволат потребите и очекувањата на потрошувачите, креирајќи вредност за нив и за себе;
- ➔ Ги истакнат предностите и квалитетот на нивните земјоделски производи, разликувајќи ги од конкуренцијата;
- ➔ Ги поврзат со пазарите и купувачите, користејќи различни канали за дистрибуција и комуникација;
- ➔ Ги зголемат приходите и профитите од нивната земјоделска дејност, обезбедувајќи финансиска стабилност и раст;
- ➔ Ги подобрат нивните знаења и вештини за маркетинг и промоција, користејќи различни извори на информации и обука;
- ➔ Ги засилат нивната соработка со други земјоделци, организации, институции и заинтересирани страни, креирајќи социјален капитал и поверба;
- ➔ Го подигнат нивното на самодоверба и јакнење, промовирајќи нивната вклученост и придонес во општеството.

# 4 ПОСТ-БЕРБЕНИ ТЕХНОЛОГИИ ЗА ОВОШЈЕ И ЗЕЛЕНЧУК

## ■ Зошто се важни пост-бербените активности?

Не е важно само да се произведе зеленчукот и овошјето, туку и квалитетно да се сочува во свежа состојба. Да се одржи саканиот квалитет на производот ( изглед , вкус, структура) и да се продолжи рокот на траење на пазарот.

Зеленчукот и овошјето содржат висока количина на вода, поради кое после берба дехидрира и се намалува квалитетот. Со правилно чување се намалуваат промените и губитоците и се одржува квалитетот. Основната цел на производство на зеленчук и овошје е подолга потрошувачка на истиот во свежа состојба, што значи и потреба за квалитетно и долго чување.

## ■ Зреење и берба

Зрелоста за време на бербата е еден од најважните фактори за одредување на квалитетот и должината на животот во текот на складирањето на зеленчукот и овошјето. Степенот на зрелост во моментот на берба влијае на хемискиот квалитет на зеленчукот и овошјето. Поради доцна берба може да се загуби 30- 50 % од вкупната количина на зеленчукот. Зеленчукот се чува подобро ако бербата се спроведува во оптимална зрелост. Времето на берба зависи од:

- од видот и сортата
- од можноста за дозревање
- од одалеченоста на пазарот- должина на транспорт

Зеленчукот и овошјето може да се бере во транспортна зрелост – време кога растителните органи кои се користат во исхраната достигнуваат целосна големина, но процесот на зреење не е потполно завршен, т.е зеленчук кој има можност за понатамошно дозревање . Здравствено – хигиенските мерки за време на бербата и непосредно по бербата, имаат за цел намалување на микробиолошката контаминација.

## ■ Правилното чување на свежиот производ веднаш по бербата може да:

- го забави созревањето и дишењето,
- ја намалува загубата на вода,
- го намалува етиленот
- го намалува или инхибира развојот на болести предизвикани од габи и бактерии,
- обезбедува маркетиншка флексибилност и елиминирање на потребата за продажба веднаш по берба.

## ■ Кога започнува чувањето на зеленчукот и овошјето?

Чувањето на зеленчукот и овошјето започнува со одвојување на корисниот дел од матичното растение и трае до моментот на користење во исхраната или преработката.

бербата, најпрво треба да се намали внатрешната температура на продуктот ( здобиена уште на поле ), бидејќи квалитетот на зеленчукот нагло опаѓа, затоа што интензитетот на дишење и зреењето се за 2- 3 пати поголеми за секои 10°C поголема температура од препорачаната.

Ладењето не е неопходно ако зеленчукот и овошјето се продава непосредно по бербата. Основни начини за намалување на температурата на производите се: заштита од директни

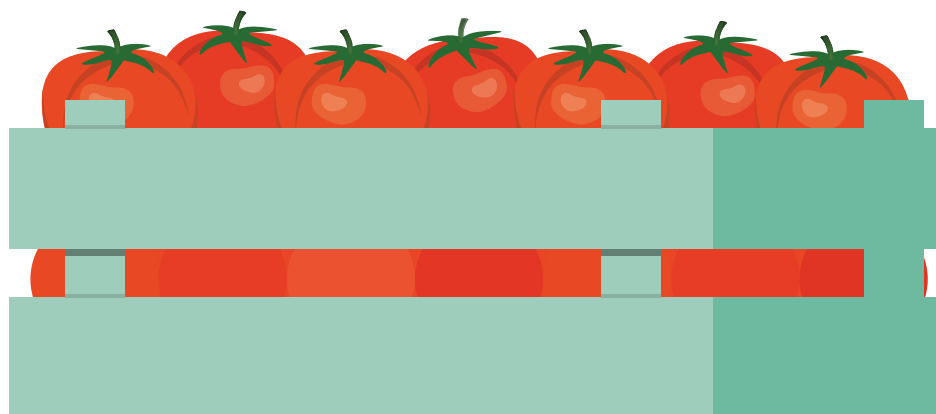


сончеви зраци, примена на природно ладење т.е берба рано наутро додека е ладно или доцна попладне, примена на отворени складишта со вентилација во текот на ноќта и ладење со испарување со протокот на сув воздух преку влажни површини. Во текот на бербата, производот во поле неопходно е да се стави под сенка, а покривањето со гајби или корпи со рефлексни мрежи во голема мера ја намалува топлината, губитокот на вода и прерано пропаѓање. За некои видови како што е лиснатиот зеленчук и зачинските растенија еден час на сонце е предолго. Собраните плодови мора што побрзо да се транспортираат во објектите за разладување, сортирање и пакување. За време на превозот плодовите мора да бидат заштитени од сонце, дожд и прашина. Често по бербата плодовите се доста нечисти, со прашина, калливи така што со разладување во вода тие се мијат. Употребата на вода по берба ги отстранува нечистотиите, но исто така, може да биде извор на контаминација ( често содржи олово и патогени ), најчесто ако се употребува рециклирана вода или од речен тек. Квалитетот на вода игра значајна улога во сите хигиенско- санитарни постапки.

## ■ Сортирање и пакување

Производите по бербата мораат да се внесат во објектот за сортирање и пакување и да се чуваат на ладно, во сенка и со вентилација. Објектот постајано мора да се одржува чиста состојба. Заболени или повредени растенија треба да се исфрлат, бидејќи нивното присуство го забрзува развојот на габи и бактерии.

Пакувањето на продуктите треба да обезбеди потполна заштита и безбедност. Материјалот за пакување мора да биде нов, чист, квалитетен, рециклирачки и дозволен за производство. Преполнетост на контејнерот и амбалажата предизвикува зголемени повреди со нагмечување или притисок. Длабочината на слојот на зеленчукот и овошјето во амбалажата треба да е таква за да се спречат можните повреди со притисок (во подлабоките слоеви). Механичките повреди внатре во пакувањето настануваат кога пополнетоста не е оптимална. Тоа може да предизвика поместување на зеленчукот и овошјето од горните слоеви и зголемување на вибрационите повреди во текот на транспортот. Вибрационите повреди се поголеми во површинските слоеви на пакување, заради поголемиот слободен простор.





## Заклучок

Овој проект има за цел зголемување и зајакнување на пазарните врски кај населението од руралните области. Поделен е на 4 засебни дела, при што, сите се во насока на зајакнување на постоечките врски, но и воспоставување на нови деловни врски кај руралното население, подобрување на нивните деловни способности, пристап до нови и потенцијални потрошувачи. Понатаму, проектните активности се во насока на препознавање на можностите за скратување на синџирот на снабдување, препознавање на можноста за креирање на мрежи на производители и секако нивно поврзување со локалниот пазар, создавање на нови производи кои ќе бидат конкурентни на пазарот и интересни за потрошувачите, оспособување на руралните произведувачи за идно планирање на производството, при што крајниот резултат би бил зголемување на приходите и профитот.

Овде особено треба да се напомене дека проектот става посебен акцент кон лицата со попреченост, жените од руралните области и другите ранливи групи во општеството. Овие често запоставени групи на население, со овој проект се акцентирани за и тие да добијат можност за запознавање со начините, методите и техниките кои ќе ги оспособат за произведување на поквалитени земјоделски производи и секако во поголеми количини. Секако и да научат како да се поврзуваат меѓусебе, како полесно да ги понудат и продадат своите производи на заинтересираните локални бизниси и индивидуални потрошувачи, преку директна продажба. Сето ова води кон создавање нови или дополнителни работни места, како и можности за зголемување на нивните приходи.

Во секој од четирите засебни делови на проектот, преку реализираните еднодневни работилници во повеќе општини, се постигна пред се свесност кај учесниците за можноста за подобрување на нивната работа. Од таму се и препораките од страна на повеќе учесници, дека ваквиот тип на работилници треба да се организираат постојано и почесто. Низ работилниците и презентираниите материјали од страна на предавачите лицата од руралните области, жените и лицата со попреченост стануваат свесни за нивната улога во општеството, но и се запознаваат со нови начини и техники на производство.

Веројатно најзначајниот аспект од овие работилници се предложените активности од страна на експертите ангажирани во рамките на овој проект со кои би требало да се продолжи во иднина. Предложените активности треба да се преточат во форма на најдобри практики кои во иднина треба да се применуваат. Препораките од овие работилници несомнено ќе придонесат кон подобрување на состојбата како и на се што претходно е споменато во контекст на производство и продажба на нивните производи. Овие препораки се однесуваат на креирање на буџетски мерки за лицата со попреченост, руралните жени и другите ранливи групи во рамки на општините, создавање на пазарни врски, развој на знаење и вештини за промоција и маркетинг за производство како и развој на знаење и вештини во однос на пост-бербените технологии.

На самиот крај како пример за добра пракса секако заслужуваат да бидат споменати социјалните претпријатија.

Социјалните претпријатија се организации кои извршуваат социјална мисија користејќи пазарни механизми. Од општествена перспектива, тие се важна организациска



форма за да се обезбеди долговечност, финансиска одржливост и одржливост на организациите управувани од мисијата. Социјалните претпријатија не се ниту типични хуманитарни организации, ниту типични бизниси, туку комбинираат аспекти на двете, користејќи комерцијални активности како средства за општествени цели. Социјалното претприемништво дава сè поголем придонес за социјалното, економското и еколошкото богатство на нацијата, идентификувано како иновативен начин за справување со незадоволените социо-економски потреби. Социјалното претприемништво не е нов феномен, тоа ги опишува оние поединци кои основаат претпријатија првенствено за да ги исполнат социјалните цели наместо да генерираат личен финансиски профит.

Во поново време се понагласена е потребата луѓето вклучени во маркетингот и претприемништвото да го истражуваат претприемништвото, од перспектива на основање нови социјални претпријатија и континуирана иновација во постоечките со цел да се подобри нивната одржливост прекувремено. Човештвото се соочува со постојани општествени предизвици кои постоечките модели на организации или поединци не можат да ги решат. Социјалното претприемништво обезбедува иновативна перспектива на менаџментот за решавање на овие проблеми гледајќи ги како претприемничка можност.

Развојот на социјалните претпријатија е тренд кој брзо се појавува во Европа и еден сектор каде што тие најдоа особено важно место е работната интеграција, адресирање на некои од потешките проблеми на социјалната исклученост на пазарите на трудот. Оваа форма на социјално претпријатие се покажува ефективна и е важна иновација за решавање на проблемите на помаргинализираните групи и поединци, но остануваат прашањата за тоа како да се одржат и промовираат добрите модели и добри практики. Лицата со попреченост се препознаени како вредни работници, кои во рамки на нивните можности, но со континуиран мониторинг и дополнување во делот кој не можат да го работат самостојно во целост можат да дадат добри резултати. Можат да бидат вклучени во хортикултурно производство, производство на земјоделски и градинарски производи, оранжерии, сточарство. Два предизвици се суштински, финансирање и обука за почеток на производствениот капацитет и имплементација на маркетинг и продажен капацитет со цел да се генерираат пазар, продажба, приходи и одржливост со тек на времето.

Клучното прашање е како потрошувачите реагираат на одредена иницијатива за социјално претприемништво. Одговорот лежи во рамнотежата помеѓу изборот што им се нуди на потрошувачите и нивните потреби. Зголемената социјална нееднаквост резултира со две групи потрошувачи; од една страна, богатите и образовани потрошувачи кои очекуваат нивното купување не само што ќе остварат профит, туку и ќе создадат социјално влијание, а друга група, сиромашни маргинализирани потрошувачи кои се исклучени од многу пазари на стоки и услуги поради нивните ограничени ресурси.

За разлика од повеќето профитни потрошувачки бизниси, многу социјални претпријатија не ги започнуваат своите бизниси со создавање на производ што ја исполнува незадоволената потреба на потрошувачите. За повеќето социјални претпријатија, почетната точка е мисијата. Сè додека производот или услугата работи со нивната програма за обука и поддршка и може да генерира доволен приход, речиси и не е важно каков е производот. Затоа, за многу социјални претпријатија насочени кон вработување, целта е некаква варијација на аксиомата: „Ние не ангажираме луѓе да прават производ, ние правиме производ за да вработиме луѓе“.





Implemented by:



Овој прирачник е подготвен во рамките на проектот „Поддршка на пазарните врски за руралното население со акцент на лицата со попречености, руралните жени и други ранливи групи“, во рамките на проектот „Поддршка на диверзификација на економските активности во руралните подрачја на Југоисточна Европа (SEDRA II)“ поддржан од Германската Влада и имплементиран од Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Содржината на прирачниците е исклучителна одговорност на авторот и коавторите и не задолжително го отсликува мислењето на GIZ.